

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FERNANDA ULLMANN

**A CONSTRUÇÃO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA –  
DO CONCEITO À PRÁTICA**

CURITIBA

2008

FERNANDA ULLMANN

**A CONSTRUÇÃO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA –  
DO CONCEITO À PRÁTICA**

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas do Curso de Comunicação Social, do Departamento de Comunicação Social, do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Celsi Brönstrup Silvestrin

CURITIBA  
2008

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, professora **Celsi Brönstrup Silvestrin**, pela paciência, ajuda e colaboração na construção do meu trabalho.

Agradeço a **Lucélia Auríquio Newton**, Diretora de Relações Públicas da Prefeitura Municipal de Curitiba, pela prontidão e atenção com que me atendeu, procurando sempre responder os meus infindáveis questionamentos.

Agradeço ao **César Paes Leme**, Presidente da Associação de Amigos e Moradores do São Lourenço, por “abrir as portas” de um mundo onde existem pessoas dispostas a fazerem algo por sua comunidade, pelo meio ambiente e por sua cidade.

Agradeço as minhas quatro amadas e queridas amigas que ganhei no primeiro dia letivo, **Adriana Cardoso de Melo, Fernanda Arruda, Lizandra Caroline da Silva e Valquíria Frasão**, e que passaram estes últimos quatro anos ao meu lado, dividindo momentos inesquecíveis.

Agradeço ao meu grande e fiel amigo, **Lucas Gandin**, pela paciência e disposição para ajudar uma amiga sempre cheia de dúvidas.

Agradeço ao meu amado, **Douglas Micheline**, pelo carinho, afeto, paciência, enfim, por estar sempre ao meu lado, incentivando e apoiando tudo o que eu faço.

Agradeço **a minha mãe e ao meu irmão**, por fazerem parte da minha história, e de uma forma ou outra, por me ajudarem a construí-la.

Agradeço ao **meu pai**, que sempre acreditou em mim, acreditou que eu poderia crescer, ser algo melhor e vencer.

*A existência, porque humana, não pode ser muda,  
silenciosa, nem tampouco nutrir-se de falsas palavras,  
mas de palavras verdadeiras, com que os homens  
transformam o mundo. Existir, humanamente, é  
pronunciar o mundo, é modificá-lo.  
O mundo pronunciado, por sua vez, se volta  
problematizado aos sujeitos pronunciantes,  
a exigir deles novo pronunciar.*

Paulo Freire

## RESUMO

A Comunicação Pública é algo inerente à administração pública e a sociedade, e a sua prática só ocorre quando existem cidadãos ativos e instituições autênticas. O debate, a participação, a informação e a democracia são essenciais para a prática da Comunicação Pública e para a sua consolidação. Assim, a presente monografia apresenta as modalidades de comunicação que se identificam com a Comunicação Pública, seus conceitos e a contextualização histórica e social dos seus elementos constituintes: o cidadão, a sociedade civil e o Estado. Realizou-se a princípio uma pesquisa bibliográfica, buscando na literatura pertinente, documentos que ajudassem a responder às questões levantadas na problemática do tema em estudo. Como estudo de caso foi realizada uma pesquisa sobre a Comunicação Pública no âmbito da cidade de Curitiba, tendo de um lado a Prefeitura Municipal de Curitiba, e do outro a Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço. Para complementar o estudo de caso foi aplicado um questionário junto aos moradores do bairro São Lourenço, a fim de verificar a percepção e participação do indivíduo na sociedade e o exercício da cidadania. Como resultado, verificou-se que a Prefeitura de Curitiba e a Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço realizam ações de Comunicação Pública, porém o cidadão ainda se mostra pouco praticante da sua cidadania.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública. Comunicação Política. Administração pública. Sociedade civil. Cidadania.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO.....</b>	<b>5</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....</b>	<b>10</b>
2.1 CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	10
2.2 CIDADANIA, INFORMAÇÃO E PARTICIPAÇÃO.....	16
2.3 SOCIEDADE CIVIL E A CONSTITUIÇÃO DO TERCEIRO SETOR.....	20
2.4 GESTÃO LOCAL E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARTICIPATIVA.....	23
2.5 CLASSIFICAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	26
2.6 A PROBLEMÁTICA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO.....	28
<b>3 O MUNICÍPIO DE CURITIBA.....</b>	<b>31</b>
3.1 PODER EXECUTIVO DE CURITIBA.....	33
3.1.1 SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	38
3.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ÂMBITO DA GESTÃO MUNICIPAL.....	39
3.2.1 Audiência Pública.....	40
3.2.2 Consultas e Debates da Lei de Diretrizes Orçamentárias.....	41
3.2.3 Debates Públicos.....	43
3.2.4 Conselhos Municipais.....	43
3.2.5 Rua da Cidadania.....	45
3.2.6 Administrações Regionais.....	46
3.2.7 Site da Prefeitura.....	47
3.2.8 156 por telefone e 156 <i>on-line</i> .....	47
3.2.9 Gabinete virtual e Fale conosco.....	48
3.2.10 Totem Multimídia.....	48
<b>4 ASSOCIAÇÃO DE MORADORES E AMIGOS DO SÃO LOURENÇO.....</b>	<b>51</b>
4.1 BAIRRO SÃO LOURENÇO.....	51
4.2 ATUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES E AMIGOS DO SÃO LOURENÇO.....	51
4.3 RELAÇÃO DA AMA SÃO LOURENÇO COM A PMC .....	53
4.4 PROJETOS DESENVOLVIDOS PELA AMA SÃO LOURENÇO.....	54

<b>5 A PERCEPÇÃO DA SOCIEDADE DAS AÇÕES DA AMA SÃO LOURENÇO E DA PREFEITURA DE CURITIBA.....</b>	<b>57</b>
5.1 DADOS DA PESQUISA.....	57
5.2 RESULTADOS REFERENTES À PESQUISA.....	64
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>68</b>
APÊNDICE.....	72

## 1 INTRODUÇÃO

Curitiba é uma cidade que se destaca no contexto nacional e mundial por seus projetos inovadores de urbanização, transporte público, educação de qualidade, preservação do meio ambiente, dentre outros. Mas também sofre com os problemas urbanos comuns aos grandes centros: inchaço populacional, aumento nos índices de criminalidade e violência, superlotação do transporte público, crescimento do número de favelas e problemas de trânsito. Durante o primeiro mandato (2005-2008), o prefeito Beto Richa, com base no Plano Diretor, buscou sanar esses problemas, através da realização de diversas obras, procurando instaurar uma política administrativa democrática, na qual o cidadão pudesse ter voz e participação nas decisões referentes a sua cidade.

A partir da observação, como cidadã, da forma de administração gerida pelo prefeito Beto Richa na cidade de Curitiba, surgiram algumas questões em relação à Comunicação Pública na cidade: será que ela ocorre de fato? Como se estrutura a Comunicação Pública da Prefeitura? Será que o cidadão percebe essa comunicação e possui um papel ativo neste processo? Qual é a atuação da sociedade civil organizada?

A Comunicação Pública deve ser algo intrínseco à sociedade democrática, tendo o governo o dever de informar e fornecer instrumentos que possibilitem a participação dos cidadãos na gestão pública de sua cidade. Por sua vez, o cidadão precisa mostrar-se interessado e ativo em relação aos seus direitos e deveres.

Neste sentido, o objetivo deste trabalho foi compreender os conceitos inerentes à Comunicação Pública, a qual ainda está em construção, e os fatores condicionantes para que ela ocorra de fato. De uma forma descritiva, o estudo de caso buscou mostrar como ocorre a Comunicação Pública no âmbito da cidade de Curitiba, durante o período da primeira gestão de Beto Richa, a participação do cidadão como indivíduo e atuação da sociedade civil organizada, representada neste trabalho pela Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço. Uma organização não governamental, que representa um segmento/parcela da sociedade civil, procurando interferir nos rumos do seu bairro através da mobilização e do debate público, mostrando preocupação não só com a sua comunidade, mas também com o mundo ao seu redor.

Como metodologia, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e artigos científicos centrados no tema Comunicação Pública. Como estudo de caso, foi realizado uma busca de dados junto à Prefeitura Municipal de Curitiba e a Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço, a fim de relatar as ações de Comunicação Pública praticadas por



ambas as instituições. Para complementar o estudo de caso, foi aplicada uma pesquisa quantitativa, durante o mês de setembro no Parque São Lourenço, buscando identificar o grau de participação dos moradores dentro da Associação, suas ações individuais como cidadão (ativo ou passivo) e grau de conhecimento das articulações públicas que favorecem/facilitam a sua participação como cidadão, dentre outros aspectos.

A primeira parte deste trabalho apresenta a construção do conceito de Comunicação Pública a partir de outras modalidades da comunicação e da definição de Zémor (2003). Identifica e contextualiza historicamente os elementos constituintes da Comunicação Pública: o cidadão, a sociedade civil organizada e a administração pública. Classifica os instrumentos de Comunicação Pública e traz a problemática das tecnologias da informação e comunicação na sociedade atual. A segunda parte descreve a estrutura social, política e administrativa da cidade de Curitiba e como ocorre a Comunicação Pública no âmbito da gestão municipal. A terceira parte vai delinear a atuação da Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço. Por fim, a quarta parte vai trazer o resultado e a análise da pesquisa realizada com os moradores do bairro São Lourenço sobre cidadania e participação social/política. Na conclusão, são apresentados os resultados desta monografia e sugestões para a melhoria da prática da Comunicação Pública.

## 2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

### 2.1 CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O conceito de Comunicação Pública no Brasil passa por um processo de construção, assumindo múltiplos significados e interpretações muitas vezes conflitantes, dependendo do contexto em que é utilizado (BRANDÃO, 2007, p.01). Afinal, esse conceito só começou a ser discutido dentro da comunidade acadêmica no final da década de 90, a partir da obra *La communication publique*<sup>1</sup>, publicada em 1995 por Pierre Zémor, e traduzida livremente pela professora Elizabeth Brandão (MONTEIRO, 2007, p. 34).

Dos conceitos apresentados até agora nenhum apontou diferenças significativas ou propôs algo inovador do que já está colocado com base na formulação de Zémor. Sendo assim, muitos autores optam por buscarem o que não é Comunicação Pública para poder entendê-la de fato, na tentativa de construir um único conceito (BRANDÃO, 2007, p. 14-15).

Na busca de um conceito para Comunicação Pública, Brandão (2007, 01-09) reconhece cinco modalidades distintas da comunicação, que se identificam com a Comunicação Pública, são elas: comunicação organizacional/institucional, científica, política, governamental e Comunicação Pública identificada com estratégia de comunicação da sociedade civil organizada. Na prática todos esses processos comunicacionais são elementos constitutivos da Comunicação Pública, mas não podem ser confundidos com a mesma.

A “comunicação pública identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional” é uma concepção clara em países como EUA e Austrália, onde sua função é analisar e tratar a comunicação no interior das organizações de forma estratégica e planejada, objetivando o relacionamento com seus diversos públicos e a construção da imagem institucional (BRANDÃO, 2007, p.01-03).

Tratando-se de instituições públicas, a comunicação institucional, na visão de Zémor (2003, p.97), é uma das atribuições assumidas pela Comunicação Pública, tendo como objetivo esclarecer as atribuições da instituição para o público interno e externo, afirmando sua imagem e prestando contas do conjunto de suas atividades, acompanhando sempre a política da instituição.

A “comunicação pública identificada com a comunicação científica” visa criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas, utilizando-se da divulgação

---

<sup>1</sup> ZÉMOR, P. *La communication publique*. Paris: PUF, 1995.

científica para difundir informações, objetivando a melhoria das condições de vida da população. Neste processo o Estado faz uso pedagógico da comunicação para promover o desenvolvimento do país e de sua população (BRANDÃO, 2007, p.3).

A comunicação científica está intrínseca nas funções da Comunicação Pública, pois o Estado tem o dever de disponibilizar informações e dados para o conhecimento da população, dentre eles dados científicos, possibilitando o exercício dos direitos e deveres dos cidadãos. Essa difusão do conhecimento científico é essencial quando se refere a campanhas de conscientização e sensibilização da opinião pública para assuntos voltados à área da saúde (prevenção da AIDS, luta contra drogas, contra o fumo e o alcoolismo), da agricultura, entre outros (ZÉMOR, 2003, p. 86-96).

Para Brandão (2007, p. 06-07), a “comunicação pública identificada com comunicação política” remete à relação estabelecida entre a mídia e a política e/ou poder. A mídia na sociedade atual ganhou *status* dentro do jogo político, econômico e social, e disputa o poder com o Estado. Segundo a autora, a Comunicação Política pode ser entendida por dois ângulos: utilização de instrumentos e técnicas de comunicação para expressão de idéias políticas e partidárias, ou gerenciamento das questões sobre políticas públicas de comunicação e telecomunicações. Lembra também que Comunicação Pública não deve ser confundida com Comunicação Política.

Monteiro (2007, p.38) relaciona a Comunicação Política diretamente aos processos eleitorais praticados por candidatos e partidos políticos dirigidos aos seus eleitores. Seu foco principal são as eleições, ou seja, angariação de votos. Nos últimos anos o conceito de Comunicação Política ganhou a denominação de *marketing* político, visando atingir a opinião pública através de publicidade, abusando dos meios de comunicação de massa como instrumento de competição eleitoral e político-partidário.

Segundo Brandão (2007, p. 04-05) a “comunicação pública identificada com comunicação do Estado e/ou governamental” possui a responsabilidade de estabelecer um fluxo informativo e comunicativo entre o Estado e seus cidadãos, incluindo o terceiro setor e as associações comunitárias. Toda informação dentro do processo comunicativo é voltada para a cidadania. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público.

Historicamente o termo comunicação governamental no Brasil está atrelado à campanhas publicitárias e apelos cívicos praticados na época dos governos militares. Um exemplo foi o projeto de comunicação integrado à administração do governo Médici (1969-

1974) na década de 70, fundado no binômio *desenvolvimento e segurança nacional*. “Essa comunicação governamental valeu-se das técnicas de propaganda para legitimar o discurso ideológico e o projeto de desenvolvimento econômico e social” (MATOS, 1999, p. 33).

Com a democracia, a comunicação passou a focar o cidadão e a sua relação com o governo de uma forma aberta e transparente. Com a mudança na forma de comunicação realizada pelo governo, o conceito de Comunicação Pública tornou-se o mais apropriado para designar uma comunicação participativa, focada na construção da cidadania (BRANDÃO, 2007, p. 05-10).

Matos (2007, p. 47-49) releva que o conceito de Comunicação Pública tem sido compreendido como sinônimo de comunicação governamental. O entendimento da Comunicação Pública como espaço para sociedade organizada é relativamente recente. Estudos realizados pela autora mostram que desde o início do século XX o uso da expressão Comunicação Pública esteve relacionado com a comunicação estatal, com a implantação da radiodifusão e posteriormente com a televisão pública. O termo era utilizado em oposição à comunicação realizada pelo setor privado. Com o fim do governo militar, os segmentos sociais se organizaram e passaram a discutir políticas públicas compatíveis com a tarefa de democratização da comunicação.

A “comunicação pública identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada” (BRANDÃO, 2007, p.7) é uma forma de comunicação desenvolvida pelas comunidades e pelos membros do terceiro setor, movimentos sociais, conhecidas também como comunicação comunitária e/ou alternativa. Entende-se a prática da comunicação a partir da consciência de que as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda sociedade. Para isso buscam uma maneira própria de informar o cidadão e manter uma relação estreita e participativa. Temos assim uma prática democrática e social da comunicação (BRANDÃO, 2007, p.7).

No geral todas essas concepções de comunicação servem de base para o entendimento e a construção do conceito de Comunicação Pública. Mas dentre as múltiplas acepções, encontramos um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade (BRANDÃO, 2007, p. 31). Independentemente do conceito assumido, existem termos que estarão sempre atrelados à Comunicação Pública que devem ser destacados, dentre eles: cidadão, sociedade civil, participação, informação, Estado e democracia.

Para Zémor (2003, p. 76-77) a Comunicação Pública se define pela legitimidade do interesse geral, realizada no espaço público, sob o olhar do cidadão. As informações

transmitidas são de domínio e utilidade pública, e possuem o papel de regulação, proteção e antecipação do serviço público. Na Comunicação Pública o cidadão é um interlocutor ambivalente, que exerce o papel de decisor, e não apenas de um usuário dos serviços públicos. Faz parte também da Comunicação Pública a publicidade dos serviços oferecidos, comunicação cívica e de causas sociais e a comunicação da política institucional.

As finalidades da Comunicação Pública são:

Informar (levar ao conhecimento, prestar contas e valorizar); de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZÉMOR, 2003, p. 76).

A existência de uma Comunicação Pública legítima depende obrigatoriamente da participação de cidadãos ativos e de instituições autênticas (ZÉMOR, 2003). A Comunicação Pública não se restringe apenas aos órgãos do governo (poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, Ministério Público e agências reguladoras), nas esferas federal, estadual e municipal, ela também é realizada por movimentos sociais e organizações do terceiro setor e empresas privadas, quando elas assumem o compromisso de responsabilidade social. A participação de todos esses atores sociais é premissa básica para a realização da Comunicação Pública (SILVA, 2003, p. 36).

Monteiro (2007, p.39) apresenta a sua versão das finalidades atribuídas a Comunicação Pública: responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar; estabelecer uma relação de diálogo de forma a permitir a prestação de serviço ao público; apresentar e promover os serviços da administração; tornar conhecida as instituições (comunicação externa e interna); divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral; e integrar o processo decisório que acompanha a prática política. Ao final se conclui que a Comunicação Pública, de fato, incorpora características das outras modalidades da comunicação. Vale notar que as palavras mudam, mas o conteúdo é semelhante ao apresentado por Zémor (2003).

Matos (2007, p. 47) vê a Comunicação Pública como um modelo teórico-instrumental do sistema político para mediar interações comunicativas entre o Estado e a sociedade. Um processo de comunicação, onde Estado, Governo, Sociedade e Terceiro Setor ocupam um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país, de forma democrática e legítima.

A crescente organização da sociedade civil no processo de redemocratização brasileira após o período da ditadura militar e a presença de grupos sociais na busca por visibilidade midiática dentro da nova conjuntura social e política ajudam na construção de uma nova forma de comunicação. Esta nova postura social é denominada de Comunicação Pública, discernível da comunicação governamental devido à presença de novos atores sociais, antes exclusivamente receptores da propaganda ou da comunicação institucional do governo (MATOS, 2007, p. 48).

De acordo com Novelli (2006, p. 79-85), a Comunicação Pública coloca-se como instrumento facilitador do relacionamento entre cidadão e Estado. Para essa relação ocorrer a administração pública deve ser democrática, focando o cidadão e não apenas o consumidor dos serviços públicos. Além disso, a autora coloca a necessidade de uma “revolução gerencial na administração pública”, com estratégias governamentais focadas no aumento participativo da sociedade nos assuntos públicos, criando instrumentos de governança, como conselhos e canais de *feedback*.

Os meios de comunicação dentro da Comunicação Pública ganham papéis importantes e não apenas publicitários, pois favorecem o debate, contribuem para ouvir as demandas da sociedade e mostram o comprometimento das organizações com as questões sociais. Os meios de comunicação passam a ser “instrumentos de construção da cidadania”. É este espaço de troca de informações e interação entre o emissor e receptor, que a autora denomina espaço público (MONTEIRO, 2007, p. 40).

A Comunicação Pública caracteriza-se como uma conduta, assumindo a postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para o fortalecimento da cidadania, mas Duarte, J. (2007, p. 60) deixa claro que os contrapontos existem. Dentro do setor público a Comunicação Pública é relacionada à transparência, mas existem aqueles que a utilizam para a promoção institucional ou da figura política. O terceiro setor procura atender as necessidades da sociedade, mas acaba complementando ou substituindo o papel deficitário do Estado. Na área privada a preocupação com responsabilidade social, pode não passar de uma simples estratégia de *marketing*.

Duarte, J. (2007, p. 59) propõe a discussão de cinco fatores necessários para a existência da Comunicação Pública: compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; centralização do processo no cidadão; tratamento da comunicação como um processo mais amplo do que informação; adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; assunção da complexidade da comunicação, tratando-a como um todo.

Independentemente de quem pratica a Comunicação Pública, governo ou entidade privada, o foco deve ser voltado para o interesse coletivo, qualificando o cidadão para exercer seu poder de voz, de voto e de veto nas questões que dizem respeito à coletividade, e não apenas uma relação de emissor e receptor sem interação e troca de opiniões. O receptor não pode ser visto como um mero espectador das informações emitidas pelo governo ou organizações privadas, afinal essa prática é marcada pelo interesse coletivo e sua participação ativa (MONTEIRO, 2007, p.40).

Os debates em torno da Comunicação Pública buscam a mudança do foco de uma comunicação tradicional voltada para os interesses das organizações para o atendimento prioritário dos interesses do conjunto da sociedade de uma forma consciente, responsável e estratégica. Aqui Duarte, J. (2007, p. 61) coloca comunicação estratégica como “aquela que, a partir de um diagnóstico, define e utiliza os recursos adequados para atingir um objetivo predeterminado. É a definição do caminho para construir o futuro”.

Para Duarte, J. (2007), esta idéia de futuro igualitário objetivado pela Comunicação Pública, para alguns detentores momentâneos do poder, é algo utópico e ingênuo, permeado por concepções paternalistas, uma luta do bem contra o mal. Brandão (2007, p. 21) mostra que este ideal utópico dominou o cenário da comunicação dos anos 60 até meados dos anos 80, em busca da construção de um país mais justo. Mas o idealismo de buscar uma prática mais justa de comunicação não morreu com o início de uma nova década, apenas transformou-se e agora busca conscientizar a população do seu papel de protagonista na Comunicação Pública. Duarte, J. destaca o papel do cidadão:

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e co-responsável [...] o uso da expressão está associado ao esforço de melhorar a vida das pessoas pela comunicação (DUARTE, J, 2007, p.61).

Com a restauração da democracia, veio a necessidade de uma informação voltada para a construção da cidadania, com isso “a comunicação de origem governamental também sofreu transformações, e buscou a adoção do sentido de Comunicação Pública, ou seja, aquela com o objetivo de informar o cidadão” (BRANDÃO, 2007, p. 10). Isto se evidencia a partir do Governo Lula, com a implementação de novos canais de comunicação entre o Estado e o cidadão e a criação de cursos para a atualização dos técnicos do executivo para fazer a Comunicação Pública (BRANDÃO, 2007, p. 10-11).

A exemplo disso em 2005, Luiz Gushiken, no momento Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e gestão estratégica da Presidência da República (Secom), abriu o III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa em Comunicação, em São Paulo (SP), elencando os “oitos Princípios” da Comunicação Pública:

Cidadão tem direito à informação, que é base para o exercício da cidadania; Dever do Estado de informar; Zelo pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social; Comunicação pública não deve se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos; Promover o diálogo e a interatividade; Estímulo do envolvimento do cidadão com as políticas públicas; Serviços públicos têm de ser oferecidos com qualidade comunicativa e Comunicação pública tem de se basear na ética, na transparência e na verdade (SINDICATO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO, 2008).<sup>2</sup>

Analizada a partir dos conceitos elaborados no Brasil, a Comunicação Pública terá sempre como paradigma a construção da cidadania, em amplo e histórico sentido. Para Brandão (2007, p. 29) a grande utopia da comunicação se perpetua na Comunicação Pública, na busca do direito a informação, participação e discussão, como uma missão de fazer circular a informação e suas respostas no espaço público.

## 2.2 CIDADANIA, INFORMAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

A Comunicação Pública cresce e se organiza na medida em que cresce e se estabelece o poder dos cidadãos na configuração democrática e participativa da sociedade civil. Neste contexto Comunicação Pública é parte integrante da vida política da sociedade e, como tal, ela não é um poder em si, mas o resultado do poder do cidadão quando organizado e constituído como sociedade civil. A partir do momento que a voz do cidadão começa a ficar forte a ponto de pressionar as instituições, governamentais ou não, a se preocuparem com as questões da cidadania, teremos uma verdadeira Comunicação Pública (BRANDÃO, 2007, p. 30-31).

A concepção de cidadania modifica-se conforme o local e o momento histórico vivido por cada sociedade. Independente do Estado-nacional o conceito e a prática de cidadania vêm se alterando com o passar dos últimos duzentos ou trezentos anos. Isto ocorre tanto em relação à abertura no grau de participação política de diferentes grupos, quanto aos direitos sociais, e à proteção social oferecida pelo Estado. É importante salientar que não se deve

---

<sup>2</sup> SINDICATO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.sinprorp.org.br/clipping/2005/145.htm>>. Acesso em: 17 maio 2008.



confundir o dever do Estado em garantir serviços públicos com o simples assistencialismo (PINSKY, 2003, p. 9-10).

Algumas alterações históricas em relação à prática da cidadania marcaram a vida de determinados grupos sociais, dentre eles pode-se destacar o direito ao voto concedido às mulheres, algo intrínseco na democracia ocidental atual, mas considerado absurdo até certo tempo atrás em países desenvolvidos da Europa, como a Suíça. Esse mesmo direito ao voto já esteve vinculado à propriedade de bens, à titularidade de cargos ou funções, e ao fato de se pertencer ou não a determinada etnia. Ainda há países em que filho de imigrante não tem direito a voto, já em outros, os candidatos à presidência devem pertencer à determinada religião, a exemplo do ex-presidente da Argentina, Carlos Menem (PINSKY, 2003, p. 10).<sup>3</sup>

A grande mudança em relação à cidadania no mundo ocidental ocorreu em 1776 com a Declaração dos Direitos Humanos, nos Estados Unidos da América, e com a Revolução Francesa em 1789, rompendo-se o princípio de legitimidade que vigorava até então, baseado nos deveres dos súditos, passando a estruturar-se a partir dos direitos do cidadão e da prática da cidadania (PINSKY, 2003, p. 10).

Esta idéia moderna de cidadania está inscrita em uma nova cultura, sob a inspiração do capitalismo e uma nova formação societária. No século XVIII a cidadania assimila traços de secularização e individuação, considerando o homem um ser universal que possui direitos individuais ou civis, inaugurando a real noção de cidadania. Já no século XIX afloram os direitos de livre organização sindical e partidária. No Século XX surgem os direitos sociais, e por fim, os direitos culturais na virada do século XX para o XXI (RUBIM, 2003, p. 107-108).

A concepção moderna de cidadania, derivada da Revolução Francesa, é utilizada para designar o conjunto de membros da sociedade que têm direitos e decidem o destino do Estado. Essa cidadania moderna liga-se de múltiplas maneiras aos antigos romanos, tanto pelos termos utilizados, como pela própria noção de cidadão.<sup>4</sup> Em latim, a palavra *ciuis* gerou *ciuitas*, “cidadania”, “cidade”, “Estado”. Para os romanos, cidadania, cidade e Estado constituem um único conceito e só pode haver esse coletivo se houver, antes, cidadãos (FUNARI, 2003, p. 49).

Rubim (2003, p. 109) entende que a cidadania contemporânea não deve ser aprisionada a um momento histórico particular, pois se apresenta como um projeto inacabado,

---

<sup>3</sup> Para uma leitura completa: PINSKY, J.; PINSKY, C. B. (Orgs.). *História da cidadania*. São Paulo: Contexto, 2003.

<sup>4</sup> O cidadão romano era aquele capaz de exercer direitos políticos e civis, mas o título de cidadão era destinado a pessoas de uma classe social específica.

posto que, em sua permanente interação com as transformações societárias, vem adquirindo novos conteúdos. A cidadania é um processo político e cultural aberto que se realiza na história.

Para Pinsky (2003, p. 9) ser cidadão na sociedade atual é ter direitos civis, participar do destino da sociedade, votar, ser votado e ter direitos políticos. Mas os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aquele que garante ao indivíduo o direito à educação, ao trabalho, à saúde, enfim, condições fundamentais para a sua sobrevivência física e social. A cidadania deve ser entendida como desenvolvimento social com igualdade, atrelado aos direitos civis, políticos, sociais e coletivos (PERUZZO, 2003, p. 252).

No Brasil, a compreensão do ser cidadão só adquire sentido pleno quando confrontada às transformações sofridas nas últimas décadas, pela própria ordem mundial. Nos últimos vinte anos vivenciamos um embate entre a crise do poder organizado como Estado-nação e, do outro lado, a valorização do direito comum a todos os homens. No centro deste conflito encontra-se a sociedade que procura compensar e interagir com os limites impostos à sua soberania política, econômica e cultural (NAVES, 2003, p. 563).

Para Duarte, M. Y. M. (2007, p. 111), a sociedade brasileira ainda concebe cidadania como algo de natureza individual, isso se deve as dificuldades de formação histórica, social e cultural do país. É preciso transpor barreiras que dificultam o processo de inclusão do cidadão enquanto sujeito de direito.

Outro grande problema, talvez o maior deles, da cidadania no Brasil está na definição de quem pode exercê-la. Na história brasileira apenas parcelas restritas da população puderam exercer a cidadania, devido à incapacitação política dos cidadãos, relacionada diretamente ao grau de domínio dos recursos sociais (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 95-96).

O descompasso social e contemporaneidade geram vários obstáculos para a realização plena da cidadania no Brasil. Dentre os maiores obstáculos estão a desigualdade social intensa, a concentração de renda e a concentração de poder. Lembrando que a cidadania requer a socialização do poder, através da qual o cidadão possua e exerça uma parcela de poder e de interferência na vida social (RUBIM, 2003, p.105).

O direito à informação<sup>5</sup> é um conceito frequentemente citado nos debates sobre Comunicação Pública devido a sua relevância, pois é um meio para acesso e uso dos outros

---

<sup>5</sup> Informação é uma palavra de significados semânticos múltiplos, adotados conforme contexto e quadro de referências, mas basicamente, relacionada ao processo humano de obter conhecimento a partir de algum tipo de interpretação (DUARTE, J., 2007, p. 63).

direitos referentes à cidadania. “Informação é a base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo e da decisão”. Assimilada de forma adequada, a informação produz conhecimento e traz benefícios ao desenvolvimento do indivíduo e da sociedade que vive (DUARTE, J., 2007, p. 62).

Para Brandão (2007, p.10) com a restauração da democracia e o conseqüente crescimento das novas formas de vivência democráticas, criou-se a necessidade de informações voltadas para a construção da cidadania. A própria cidadania também passa por transformações e começa a ser entendida de forma menos passiva e mais participativa, apreendida como o livre exercício de direitos e deveres, situação para a qual só se está preparado quando existem condições de informação e comunicação.

Segundo Studart (2007, p.117) para o exercício eficaz da democracia é necessário o exercício eficiente da liberdade de informação, sendo dever do Estado a capacitação dos cidadãos para que estes possam se desenvolver. No âmbito da cidadania a informação pertencer a todos, pois é bem vital da sociedade, sendo o cidadão o autêntico titular do direito de informação.

Nas etapas de construção da cidadania, a participação é outro componente indispensável. Mas esta participação só ocorre a partir do conhecimento verdadeiro, instrumento estratégico de desenvolvimento de um país. Hoje, um dos grandes diferenciais competitivos entre as nações é a competência humana de sua população na produção e uso intensivo do conhecimento. No Brasil a participação da sociedade civil nos temas políticos e o interesse pela política, ainda permanecem restritos a períodos específicos, como durante as eleições ou na discussão de temas de interesse nacional suscitados pela mídia (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 101).

Um conceito de cidadania que inclua a participação ativa no jogo político é fundamental para que a democracia não se limite ao processo eleitoral e o estado de Direito não se restrinja à divisão nominal entre os três poderes. Um estado democrático é aquele que legitima o conflito de interesses e necessidades particulares, cria “direitos universais” reconhecidos formalmente (MATOS, 1999, p. 36).

Mantendo esse raciocínio “o modelo de participação ativa do cidadão pressupõe um processo de comunicação horizontal baseado na parceria e no estímulo ao engajamento da sociedade na formulação de políticas públicas” (NOVELLI, 2006, p. 87).

O cidadão, para reconhecer a esfera pública (conjunto de espaços físicos e imateriais em que os agentes sociais podem efetivar sua participação no processo de Comunicação Pública) como um local de expressão, precisa primeiramente reconhecer-se como participante

social, elaborar uma posição própria e expressar-se de forma a valorizar a sua posição ou a do seu grupo. O cidadão não pode ser apenas um receptor da comunicação do governo e seus poderes, precisa participar e atuar como produtor ativo do processo (MATOS, 2007, p.52-53).

Na Comunicação Pública, o receptor é a um só tempo cliente, consumidor, contribuinte, eleitor, voluntário; em suma: cidadão. Como tal, tem direitos e deve exercê-los. Sendo assim, a prática da Comunicação Pública é marcada tanto pelo interesse coletivo quanto pelas tentativas de institucionalização de um diálogo mais efetivo entre emissor e receptor (MONTEIRO, 2007, p. 41).

## 2.3 SOCIEDADE CIVIL E A CONSTITUIÇÃO DO TERCEIRO SETOR

Nos séculos XVII e XVIII, abandonou-se a idéia de uma sociedade organizada por categorias sociais, na qual não se admitia nenhuma presença política do indivíduo. Neste momento o indivíduo toma consciência da identidade e da característica comum de seus interesses privados. A organização desses interesses partia de uma ação mais crítica em relação à gestão estatal, superando a antiga estrutura feudal. Com base no desenvolvimento econômico, verdadeiro princípio unificador dos interesses comuns dos súditos, empenhados não apenas na defesa das coisas privadas, mas na valorização política do domínio privado, é que se formou a moderna “sociedade civil” como conjunto organizado dos interesses privados (BOBBIO, 1991, p.429).

A concepção atual de sociedade civil é genericamente marxista.<sup>6</sup> Na contraposição sociedade civil-Estado, entende-se por sociedade civil

A esfera das relações entre indivíduos, entre grupos, entre classes sociais, que se desenvolvem à margem das relações de poder que caracterizam as instituições estatais. Em outras palavras, Sociedade civil é representada como o terreno dos conflitos econômicos, ideológicos, sociais e religiosos que o Estado tem a seu cargo resolver, intervindo como mediador ou suprimindo-os [...] (BOBBIO, 1991, p.1210).

Sendo assim, a sociedade civil é o espaço das relações do poder de fato e o Estado é o espaço das relações do poder legítimo<sup>7</sup>, estabelecendo entre si um relacionamento contínuo. Entretanto, a contraposição entre sociedade civil e Estado é utilizada freqüentemente para

---

<sup>6</sup> Marx faz da sociedade civil o espaço onde têm lugar as relações econômicas, ou seja, as relações que caracterizam a estrutura de cada sociedade; uma sociedade pré-estatal.

<sup>7</sup> Weber define poder legítimo aquele cuja titulação se encontra alicerçada juridicamente, exercido em conformidade com as leis. Opondo-se ao poder de fato.

alegar que o Estado não tem sensibilidade suficiente para detectar todos os fermentos que provem da sociedade civil. Mais uma vez surge a antítese entre o poder real e o poder legal. Nesse contexto a solução das crises que ameaçam a sobrevivência do Estado está na sociedade civil, onde é possível a formação de novas fontes de legitimidade e, portanto, novas áreas de consenso (BOBBIO, 1991, p. 1210-1211).

No Brasil o Estado passa por uma crise de representatividade devido ao modelo econômico adotado, o qual cede espaço para os interesses das grandes corporações transnacionais e organizações multilaterais, como o Fundo Monetário Internacional – FMI e o Banco Mundial, impondo novas formas de conduzir as políticas públicas em campos tão diversos como os transportes, a saúde, a educação e o meio ambiente. Na prática, temos um aumento da dívida nominal e dos juros pagos aos credores internacionais e nacionais, sobrando poucos recursos para os serviços devidos pelo Estado ao cidadão brasileiro. Além dessa crise vivida pelo Estado, a população enfrenta outro problema, a desconfiança em relação aos seus governantes, algo intrínseco na história do país (NAVES, 2003, p. 564-566).

No centro de todo esse conflito encontra-se uma sociedade que procura compensar e interagir com os limites impostos à sua soberania política, econômica e cultural. Neste contexto surge a idéia de uma sociedade civil organizada no Brasil que busca superar a crise de representatividade vivida pelo Estado e transpor as dificuldades encontradas no exercício político dos seus direitos (NAVES, 2003, p. 563-564).

Em meados da década de 90, com as dificuldades enfrentadas pelo Estado na implementação de políticas públicas, consolida-se a noção de terceiro setor, constituído por organizações da sociedade civil, por entidades sem fins lucrativos, com caráter público que atuam a serviço dos interesses coletivos (PERUZZO, 2007, p. 155).

Mauro e Naves (*apud* NAVES, 2003, p. 574) definem o terceiro setor como

conjunto de atividades espontâneas, não governamentais e não lucrativas, de interesse público, realizadas em benefício geral da sociedade e que se desenvolvem independentemente dos demais setores (Estado e mercado), embora deles possa, ou deva, receber colaboração.

Fernandes (citado por PERUZZO, 2007, p.156) considera terceiro setor

composto de organizações sem fins lucrativos criadas e mantidas com ênfase na participação voluntária, num âmbito não-governamental, dando continuidade às práticas tradicionais de caridade, da filantropia e do mecenato e expandido o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações.

Segundo Peruzzo (2007, p. 155) por um lado o terceiro setor destina-se a enfrentar os grandes problemas nacionais, por outro lado aponta-se esta proposta como artimanha do capital para abrandar as responsabilidades que cabem ao Estado e às próprias empresas dentro de suas áreas de competência. Já para Naves (2003, p.567) a sociedade civil em instituições fora do aparelho Estatal resulta de uma visão participativa da cidadania. Não implica, necessariamente, supressão do poder do Estado.

A comunicação no âmbito do terceiro setor passa por diversos contextos conforme os seus interesses. Neste sentido Peruzzo (2007, p. 159-161) agrupa a comunicação do terceiro setor em três modalidades:

- *Comunicação dos poderes públicos com o terceiro setor:* Entende-se aqui a comunicação de órgãos públicos dos âmbitos governamental, parlamentar e jurídico na relação com o terceiro setor. Esta comunicação nos últimos anos passa por transformações, ganhou transparência e abertura, com canais para ouvir a sociedade e facilitar a participação popular;
- *Comunicação de empresas com o terceiro setor:* Nesta modalidade são incluídos os institutos, fundações e organizações similares de base empresarial, que desenvolvem programas sociais. Em relação a programas de “responsabilidade social” ou “empresa cidadã”, existe duas questões centrais: a coerência entre discurso e prática e a marca dos interesses mercadológicos, muitas vezes, apenas transvertidos de interesses sociais;
- *Comunicação das ONGs, movimentos sociais, associações comunitárias e similares:* Neste âmbito está os processos comunicacionais das organizações entre si, com a sociedade e com os públicos beneficiários de suas ações. Incluem-se nessa categoria as organizações da sociedade civil, movimentos sociais, fundações e institutos autônomos. Apesar da maioria destas organizações visar à liberdade da opressão e à construção da cidadania, existem aquelas que assumem uma postura errônea de assistencialismo e de dependência.

As ações de entidades do terceiro setor estão pautadas em uma filosofia de ação coletiva sobre a gestão de bens comuns à humanidade como meio ambiente, educação, a saúde etc., segundo a qual a participação da sociedade civil, o interesse público, os serviços públicos e a diversidade cultural devem prevalecer sobre o mecanismo do mercado. E o conhecimento produzido por diferentes segmentos da sociedade organizada, produz novos

projetos de rede de informação e comunicação, fornecendo à população nova visão sobre a sociedade, seus valores, suas políticas e idéias (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 110).

De acordo com Peruzzo (2007, p. 166) a comunicação realizada pelas organizações da sociedade civil, independente do seu tamanho, visa contribuir para a solução de problemas sociais reduzindo a desigualdade econômica e social. E o seu processo comunicativo perpassa as atividades visando: (a) mobilizar os segmentos beneficiários da ação; (b) efetivar as mudanças pretendidas; (c) tornar as organizações conhecidas e respeitadas pela integridade de suas ações e propostas; (d) angariar apoios e recursos financeiros; (e) tornar públicas as propostas fundantes da razão de ser da instituição e assim mudar a cultura e solidificar proposta transformadoras na sociedade; (f) instruir e motivar a ação voluntária; (g) dirimir conflitos internos e externos; (h) prestar contas das atividades desenvolvidas e das conquistas obtidas, entre outros objetivos (PERUZZO, 2007, p. 166).

A comunicação dentro das organizações da sociedade civil é feita geralmente por seus membros, não necessariamente de forma profissional, ou por intermédio de parcerias com profissionais, universidades e demais entidades afins da área da comunicação. As organizações do terceiro setor realizam dois estilos de comunicação: institucional e mobilizadora direta, para isso precisam desenvolver seus próprios canais de comunicação (jornal, *site*, folheto, *banner*), e materiais para ações educativas (áudio, vídeo, campanha, jornal). Todas essas ações realizadas dentro dos movimentos sociais baseiam-se na participação direta das pessoas. Desta maneira, todo o cidadão deve ter a oportunidade de participar do planejamento e da definição das políticas de produção e difusão das mensagens, pelo menos no âmbito da comunidade, como estratégia para a ampliação progressiva da cidadania participativa (PERUZZO, 2007, p. 166-168).

## 2.4 GESTÃO LOCAL E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARTICIPATIVA

A Constituição promulgada em 5 de outubro de 1988 deu ao Brasil a forma de uma república federativa, concebendo assim as três esferas públicas: a União, os Estados e os Municípios, todos autônomos e cada qual com a sua função específica (art. 18). Tendo como objetivo desta monografia apresentar a relação entre o cidadão e o seu governo local, o município será a esfera abordada conceitualmente neste sub-capítulo.

Como unidade político-administrativa, o Município brasileiro tem origem no modelo da República Romana, onde município era o nome dado pelos antigos romanos às regiões conquistadas, as quais possuíam o privilégio de se governar segundo suas próprias leis.

“Foi assim que, inspirado no modelo romano, onde exercia funções políticas, legislativas e administrativas, o município também recebeu influências de visigodos e árabes, chegando à comuna portuguesa para, então, vir a se implantar em terras brasileiras”.<sup>8</sup>

O Município, como entidade político-administrativa, situa-se em terceiro grau na ordem decrescente da federação brasileira. O exercício de suas atribuições lhe confere autonomia, atuando igualitariamente à União e ao Estado, para gerir os assuntos de seu interesse, sujeitando-se tão somente à Constituição Federal e à lei Orgânica do Município.<sup>9</sup> Como pessoa jurídica, o município possui capacidade civil, que é a faculdade de exercer direitos e contrair obrigações (FOSSATTI, 2006 p. 22).

De acordo com Gonzaga e Rangel (1996, p. 11), a organização municipal tem como função atender às demandas e solucionar os problemas da comunidade, que agrupada em um mesmo território cidadão mantém relações comuns de localidade, trabalho e tradições, sendo ainda submetido ao domínio de um poder local, que tem a função de procurar solucionar os problemas da comunidade e defender seus interesses comuns.

O papel central dos governos municipais está reconhecido pela comunidade na promoção do progresso econômico e social, e na implementação de políticas públicas eficazes na busca de desenvolvimento auto-sustentável, capaz de assegurar direitos de cidadania, tais como acesso à saúde, educação, serviços públicos, moradia, cultura, entre outro (FOSSATTI, 2006, p. 21).

Segundo o art. 30 do capítulo IV da Constituição Federal, compete aos Municípios: legislar sobre assuntos de interesse local; organizar e prestar diretamente ou sob regime de concessão, serviços públicos de interesse local, incluindo o de transporte coletivo; suplementar a legislação federal e estadual no que couber; ampliar sua renda; manter programas de educação pré-escolar e ensino fundamental; atender à saúde da população e promover a proteção do patrimônio histórico-cultural local.

Mas para chegar a um molde de administração pública gerencial, cujo imperativo na administração responde pelo enfoque no cidadão, nos resultados e na descentralização dos

---

<sup>8</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL. Disponível em: <<http://www.ibam.org.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

<sup>9</sup> Lei Orgânica é uma lei genérica, de caráter constitucional, elaborada no âmbito do município e consoante as determinações e limites impostos pelas constituições federal e do respectivo estado, aprovada em dois turnos pela Câmara de Vereadores, e pela maioria de dois terços de seus membros. No âmbito municipal a Lei Orgânica foi aprovada seis meses após a promulgação das constituições estaduais, que por sua vez tiveram um prazo de um ano para serem aprovadas depois da promulgação da Constituição de 1988. Lei orgânica do município de Curitiba-PR. Disponível em: <<http://www.leismunicipais.com.br/cgi-local/forpgs/orglaw.pl?city=Curitiba&state=PR&prefeitura=1>> Acesso em: 18 jun. 2008.



serviços, o Brasil teve de percorrer um longo caminho. Anteriormente a revolução de 30, o Estado conviveu com uma administração pública patrimonialista, e em 1938 concebeu a administração pública burocrática, originária da criação do Departamento de Administração do Serviço Público – DASP (FOSSATTI, 2006, p. 25).

Com a crise financeira vivida pelo Brasil nas décadas de 80 e 90, devido ao endividamento internacional e o ajuste fiscal, o Estado começou a pensar em novas políticas públicas voltadas para um mundo globalizado. No ano de 1995 o Congresso Nacional aprovou a reforma administrativa, transformando a antiga e burocrática Secretaria da Previdência, que geria os serviços públicos, em um novo ministério, o da Administração Federal e Reforma do Estado. Tendo como proposta básica a transformação da administração pública brasileira burocrática em gerencial, isso tanto na esfera federal quanto nas esferas estaduais e municipais (PEREIRA, 1998, p. 21-22).

O novo modelo gerencial introduziu um estágio de transição nas organizações públicas, com reflexos significativos nas variáveis estruturais da administração, envolvendo recursos humanos, qualidade de atendimento, capacidade de processamento e acesso interativo. Desta maneira configurou-se uma nova lógica entre o Estado e o cidadão, agora o sujeito passa a responder como contribuinte, o Estado como agente regulador, e a prestação de serviços e fornecimento de bens devem ser traduzidos pela efetividade dos resultados (FOSSATTI, 2006, p. 25-26).

Essa reestruturação da máquina administrativa promoveu a implantação de uma rede informatizada de acesso aos dados e serviços públicos, e a implantação de Programas de co-participação do cidadão nas esferas públicas. Assim a gestão da comunicação<sup>10</sup> deu início ao processo de descentralização e participação que integra o município e os públicos, ampliando a capacidade de mediação da Comunicação Pública no espaço da Comunicação Política (FOSSATTI, 2006, p. 27).

Os autores sugerem que o processo de descentralização do setor público não ocorra de forma isolada, ou seja, que paralelamente se desenvolva uma consciência participativa, requisito inegável para a eficiência e o sucesso do Estado regulador (FOSSATTI, 2006, p.30).

A Constituição de 1988 foi essencial para o estabelecimento de uma democracia participativa, pois confere ao Município, como ente da federação, autonomia e garantias administrativas, instituindo um processo de participação dos cidadãos na gestão municipal,

---

<sup>10</sup> Processo estruturado para administrar a comunicação entre a esfera pública e os agentes de interesse.

bem como as parcerias entre o público e o privado. Esse processo de participação “pode sobrevir a partir de sistemas de co-gestão, autogestão, planejamento participativo, orçamento participativo, comunidades virtuais e os instrumentos de consulta institucional” (FOSSATTI, 2006, p. 30).

Segue Ementa Constitucional nº 19, de 1998, que alterou a redação do artigo 37, ampliando a visão participativa e democrática junto às esferas públicas:

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

§ 3º A lei disciplinará as formas de participação do usuário na administração pública direta e indireta, regulando especialmente:

I – as reclamações relativas à prestação dos serviços públicos em geral, asseguradas a manutenção de serviços de atendimento ao usuário e a avaliação periódica, externa e interna, da qualidade de serviços;

II – o acesso dos usuários a registros administrativos e a informações sobre atos de governo, observando o disposto no art. 5º, X e XXXIII;

III – a disciplina de representação contra o exercício negligente ou abusivo de cargo, emprego ou função na administração pública.

A criação da nova Constituição e de suas alterações, é resultado de “uma consciência cidadã que há muito já ensaiava suas cobranças, exigindo dos agentes públicos maiores responsabilidades e compromissos frente aos objetivos e metas de programas e projetos municipais”. Cria-se assim um ambiente interativo entre órgãos públicos e o cidadão, que possui uma maior consciência e conhecimento da realidade local (FOSSATTI, 2006, p. 34-35).

Dado esse novo cenário legal, os governos locais passaram a investir recursos em profissionais e assessorias de comunicação para assumir e implementar a gestão de relações participativas, exigindo assim novas ações de comunicação, estruturas flexíveis, profissionais habilitados e o uso de mediações adequadas à comunicação na esfera pública. Para Fossatti (2006, p.88-89) todas as profissões da área de comunicação social estão habilitadas a responder pela área de Comunicação Pública. Esta nova estrutura de comunicação, além de integrar todas as atividades relativas à área, deve estar vinculada de alguma forma ao gabinete do Prefeito, ou a uma secretaria especial, o importante é que tenha visibilidade dentro da estrutura administrativa dos governos.

## 2.5 CLASSIFICAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Considerando o entendimento da diferença entre informação e comunicação, Duarte, J. (2007, p. 64-65) classifica pragmaticamente os instrumentos de Comunicação Pública, a partir de sua ênfase, em informação e em diálogo. Os *instrumentos de informação* focam na disponibilização e fornecimento de dados e orientações, ajudando a ampliar o conhecimento sobre um determinado tema. São exemplos típicos publicações institucionais, Internet, publicidade, manuais, eventos simbólicos, dentre outros.

Já os *instrumentos de diálogo* caracterizam-se por estabelecer a interação no âmbito de cooperação, compreensão mútua, acordos e consensos. Incluem-se ainda, os ambientes para a troca de idéias e informações, e os canais de diálogo que estimulam o exercício da cidadania ativa e a viabilização de mudanças em benefício do interesse coletivo, exemplos: conselhos (setoriais ou gestores), centrais e serviços de atendimento ao cidadão, orçamento participativo e ouvidorias (DUARTE, J., 2007, p. 65).

Duarte, J. (2007, p. 65-67) classifica também os instrumentos de comunicação institucionalizada a partir dos três modelos básicos, partindo do conceito de efeito pretendido e do público atingido:

*Comunicação de massa* baseia-se na disseminação de informação para o máximo possível de pessoas, que atuam no processo como espectadores heterogêneos. Sua principal vantagem é a possibilidade de estabelecimento de agenda e de debates públicos, por outro lado, possui limitações e restrições de diálogo. Exemplos: televisão; rádio; revistas; jornal e cinema.

*Comunicação segmentada* é direcionada para grupos específicos visando obter retorno, participação e diálogo. Neste campo os instrumentos relacionados a comunidades virtuais são de extrema importância, pois viabilizam e fortalecem a interação com grupos de interesses segmentados. Exemplos: *newsletters* (boletim informativo virtual); *sites*; e-gov ou governo eletrônico (objetiva fornecer ou tornar disponível informações, serviços ou produtos, através de meio eletrônico, a partir ou através de órgãos públicos); Intranet; eventos; feiras; reuniões; exposições.

*Comunicação direta* é eficiente quando se trata de comunicação tipo face a face, permitindo a interação, troca de informações, influência mútua e uma maior capacidade de compreensão. Existindo assim uma grande proximidade entre os interlocutores de forma mais imediata e precisa. Mesmo com as grandes possibilidades tecnológicas, a comunicação mais efetiva ainda é a viabilizada pelo contato pessoal. Exemplos: atendimento, audiências

públicas, ouvidoria (estabelece canais de opiniões, reclamações e sugestões, de forma transparente e cooperativa entre Estado e o cidadão); orçamento participativo (focado na participação deliberativa sobre os investimentos e fiscalização dos gastos públicos por parte da sociedade); SAC (Serviço de Atendimento ao Contribuinte); interação pela Internet; debates; relações com o público interno; reuniões; grupos de trabalho; fóruns.

Todos esses instrumentos são essenciais para o estabelecimento da comunicação entre o cidadão e o Estado, mas nem sempre essa relação se estabelece de forma eficiente, pois existem “barreiras” que a impedem. Por exemplo, uma instituição não pode basear toda a sua comunicação na forma segmentada *on-line*, pois se o receptor não tiver acesso às tecnologias de informação e comunicação, computador e Internet, conseqüentemente não terá acesso à informação. Para isso, é preciso identificar a melhor forma de estabelecer a comunicação com cada segmento da população.

## 2.6 A PROBLEMÁTICA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A comunicação e as novas tecnologias da informação têm influenciado decisivamente o processo de transformação da sociedade brasileira, em especial o estabelecimento de uma nova cultura política, tornando-se instrumento indispensável na construção de uma cidadania ativa, que luta para ver concretizadas as práticas democráticas. A comunicação é hoje o ponto de partida e de encontro para o processo de reaprendizado da cidadania (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 102-105).

Com o desenvolvimento tecnológico e digital dos meios de comunicação temos uma remodelação da esfera política, seja na transformação do discurso político ou na relação Estado e cidadão. No contexto atual essas novas mídias são encaradas como rede que possibilita o exercício de uma renovada democracia direta (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 95-96).

Brito (2006, p.113-114) destaca a Internet, como uma das maiores inovações digitais, capaz de alterar a noção de tempo e espaço, o tipo de acesso aos bens e serviços, a relação entre a noção de cidadania, o universo da política e até a linguagem e a cultura de terminados locais. Neste cenário surge a relação *on-line* dentro da esfera pública na forma de governo eletrônico (e-governo, e-gov ou governo *on-line*), o que representa a transformação dos moldes tradicionais de relacionamento, informação e prestação de serviços entre o governo, os cidadãos e as organizações.

Por outro lado, a universalização dos canais físicos de troca de informações (tecnológicos e midiáticos) não garante, necessariamente, nem a visibilidade nem o debate dos assuntos de real interesse público (MATOS, 2007, p. 53). De acordo com Duarte, J. (2007), as pessoas que mais precisam da informação, não tem acesso a ela.

Num país em que a desigualdade é enorme, a oportunidade de um cidadão comum conhecer as possibilidades de participação, instrumentos de acesso, seus direitos a informação, a expressar sua opinião ou a um atendimento digno tende a ser equivalente à sua posição social [...]. Hoje, as grandes barreiras em comunicação não são a falta de instrumentos ou de informação, mas a dificuldade em ajudar o interessado a descobrir que ela existe, onde está, como acessá-la e como utilizá-la para aumentar seu conhecimento e capacidade de agir (DUARTE, J., 2007, p. 67).

Em alguns casos órgãos e empresas disponibilizam informações em sítios que não são do interesse do cidadão, ou apenas estão ali para cumprir a política do “fazemos a nossa parte”. O acesso às novas tecnologias não está necessariamente vinculado a uma Política de Comunicação voltada para o cidadão e o atendimento de suas necessidades, pois muitas vezes as mesmas empresas e órgãos públicos que disponibilizam serviços *on-line* não respondem as consultas feitas via *e-mail* ou Internet (DUARTE, M. Y. M., 2007, p.112-113).

Geralmente as pessoas que mais precisam de informações são aquelas que não têm acesso aos mecanismos de transmissão e orientação. Em 2006, o Comitê Gestor da Internet no Brasil, realizou a segunda edição da pesquisa sobre o Uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação no Brasil. Foram entrevistados 10.510 domicílios nos meses de julho e agosto. Constatou-se que cerca de 54% da população nunca usou um computador e 67% nunca navegou na Internet Segundo o relatório, 57,25% dos entrevistados nunca utilizaram a Internet porque não têm computador em casa; 50,64% não sabem usar computador; 44,12% não têm necessidade ou interesse e 22,40% não têm habilidade com a Internet.<sup>11</sup> Isso significa que a mesma inovação tecnológica que multiplica os instrumentos de comunicação, fornece acesso às informações e auxilia na construção da cidadania, para outros não passa de uma expectativa.

Outro agravante em relação à disponibilização de informações é o número limitado de serviços de atendimento ao cidadão (ouvidorias, *ombudsman*, 0800, SACs, etc.) que, quando disponíveis, são inacessíveis na maior parte do tempo, pois o número de atendentes é insuficiente e às vezes incapacitado para atender a demanda de consultas e necessidades do cidadão (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 112). Já Brandão (2007, p.5) vê no surgimento dessas

<sup>11</sup> CRANCIANINOV, F. 54% dos brasileiros nunca usaram computador e 67%, a Internet. *Folha Online*, 08 nov. 2006. Caderno Informática. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20943.shtml>>. Acesso em: 02 jun. 2008.

novas formas de comunicação entre Estado e cidadão (ouvidorias, 0800, *call centers*, Conselhos, audiências públicas, etc.), uma promessa de participação mais ativa e consciente dos cidadãos.

A operacionalização da Comunicação Pública demanda necessariamente uma opção política pela cidadania e pelo interesse público. Mas exige também a capacidade profissional de viabilizar padrões adequados que promovam além da divulgação, o acesso à informação, participação e oportunidade de diálogo (DUARTE, J., 2007, p. 70).

### 3 O MUNICÍPIO DE CURITIBA

Curitiba, capital paranaense, fundada em 29 de março de 1693, passou de Vila Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, para “Cidade Sorriso”, “Cidade Modelo”, “Capital Ecológica” e “Cidade da Gente”. Curitiba é conhecida mundialmente pelo seu planejamento urbanístico, sistema de transporte público, cuidado com o meio ambiente, alta taxa de alfabetização e qualidade de vida elevada.

No início do século XVIII, Curitiba passou a ser ponto estratégico do caminho do Viamão a São Paulo e às Minas Gerais, percorrido pelos tropeiros. Assim surgiram lojas, armazéns e escritórios de negócios ligados ao transporte de gado. Mas o desenvolvimento efetivo começou a partir do início do século XIX, com a exploração e exportação da erva-mate e com a do Paraná em 1853, quando Curitiba foi elevada à capital do Estado. É também durante o século XIX que Curitiba recebe uma grande quantidade de imigrantes europeus, na maioria alemães, poloneses, ucranianos e italianos, os quais contribuíram para a diversidade cultural da cidade que permanece até hoje. Já em meados do século XX, a cidade passa por um grande incremento populacional e se consolida como pólo regional de comércio e serviços, tornando-se uma das cidades mais ricas do Brasil e pioneira em soluções urbanísticas.<sup>12</sup>

Curitiba possui área de 432,17 km<sup>2</sup>, dividida em nove administrações regionais (equivalentes a subprefeituras) – Boa Vista, Matriz, Santa Felicidade, CIC, Portão, Cajuru, Boqueirão, Bairro Novo, Pinheirinho – que gerenciam os 75 bairros do município. Tratando-se de gestão pública, após a última eleição, ocorrida em 5 de outubro de 2008, Curitiba segue para o segundo mandato do prefeito reeleito Beto Richa e com uma Câmara de Vereadores renovada.

Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgados pela Gazeta do Povo,<sup>13</sup> a população da cidade de Curitiba aumentou em mais de 30 mil pessoas entre 2007 e 2008 e chegou à marca exata de 1.828.092 habitantes, 1,7% a mais que o calculado em 2007, quando a população curitibana considerada era de 1.797.428.

---

<sup>12</sup>CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Cidade.aspx?id=146&servico=39>> Acesso em: 09 out. 2008.

<sup>13</sup> YANO, C. Curitiba chega a 1,8 milhão de habitantes. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 ago. 2008. Caderno Vida e Cidadania. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=803013&tit=Populacao-de-Curitiba-passa-de-182-milhoes-de-pessoas-segundo-IBGE>>. Acesso em: 29 set. 2008.

A cada dia, a capital paranaense ganha no mínimo 110 novos moradores, considerando-se as taxas de natalidade, mortalidade e fluxo migratório. Curitiba mantém desde 2000 a sétima posição no ranking das cidades brasileiras mais populosas e continua a ser a maior do Paraná em número de habitantes. Apesar de parecer um aumento significativo, Curitiba segue a tendência de outras capitais brasileiras, como Fortaleza e Belo Horizonte, em registrar um crescimento apenas vegetativo, não sendo mais um grande pólo de atração do fluxo migratório<sup>14</sup>.

Seguindo o mesmo nível de crescimento populacional, cresce também o número de problemas urbanos/sociais na cidade: alta poluição da maioria de seus rios; esgotamento do aterro municipal, localizado no bairro da Caximba; aumento crescente nos índices de criminalidade e de violência; alto índice de moradores de rua na região central da cidade; superlotação do transporte público; crescimento do número de favelas nas margens da cidade, dentre outros problemas.

Em relação aos movimentos sociais, segundo matéria publicada no Jornal Gazeta do Povo<sup>15</sup>, Curitiba vive um surto de participação popular. Só no primeiro semestre de 2008 o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (Ippuc), registrou 900 associações, entre clubes de mães, de terceira idade, times de futebol, e principalmente, associações de moradores, que representam 30% desse total. São mais de 1,2 mil ONGs na cidade, envolvendo cerca de 8 mil profissionais.

Mas ao mesmo tempo em que existem milhares de pessoas dispostas a buscarem os seus direitos, participando dos movimentos políticos/sociais de forma ativa, democrática e honesta, existem também algumas “lideranças comunitárias”, que vêm nos debates públicos a oportunidade de defender seus próprios interesses, agindo na comunidade de forma autoritária e politqueira.

---

<sup>14</sup> BENDLIN, A. C. Curitiba ganha 110 habitantes. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 30 ago. 2008. Caderno Vida e Cidadania. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=803245&tit=Curitiba-ganha-110-habitantesdia>>. Acesso em: 04 out. 2008.

<sup>15</sup> FÉLIX, R.; FERNANDES, J. C. Conversas ao pé da base. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 set. 2008. Caderno Vida Pública. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=812491&tit=Conversas-ao-pe-da-base>>. Acesso em: 29 set. 2008.



TABELA 1 – NÚMERO DE ASSOCIAÇÃO DE MORADORES NAS REGIONAIS DE CURITIBA, EM RELAÇÃO AO CRESCIMENTO POPULACIONAL.

REGIONAL	BAIRROS	ASSOCIAÇÕES	CRECS. POP. 200-2007
Pinheirinho	5	163	16,34%
Cajuru	5	140	12,91%
Boa Vista	13	134	12,84%
Boqueirão	4	127	9,93%
CIC	4	127	10,59%
Portão	10	93	13,91%
Bairro Novo	3	76	12,71%
Sta Felicidade	13	62	15,80%
Matriz	18	23	4,24%

FONTE: PREFEITURA DE CURITIBA – IPPUC

NOTA: Entidades beneficentes, clubes de mães, de terceira idade, associações de moradores, etc.

De acordo com Félix e Fernandes (2008), o cientista social Renato Perissonotto, da UFPR, estudioso da participação popular, aponta as características do cidadão participante: pessoas que já participam de algum tipo de associação religiosa ou cultural; pessoas que possuem motivação, tempo e educação, pois quem possui mais educação, conseqüentemente é mais informado, tendo assim mais motivos para participar; a vontade de participar é criada socialmente, quem trabalha em período integral têm baixa disposição e motivação em participar; tendem a participar das associações a parcela da população socialmente bem posicionada, e são eles os que têm mais chances de fazer o poder público atender a seus anseios.

### 3.1 PODER EXECUTIVO DE CURITIBA

O prefeito Beto Richa durante a primeira gestão (2005-2008) estabeleceu como prioridade para a sua administração os princípios: da ética, da democracia, da austeridade, da transparência administrativa e principalmente, da ampliação da participação popular nas decisões do poder municipal.

Buscando seguir estes princípios, gerando oportunidades e qualidade de vida melhor para a população, e a fim de manter o equilíbrio entre o desenvolvimento social, econômico e ambiental foi elaborado um Plano de Governo, dividido em 7 eixos estratégicos, subdivididos em 31 programas e 133 projetos.

O Plano de Governo (2005-2008) retrata a capacidade de enfrentar os desafios de uma cidade que se desenvolve sob novos paradigmas, dentre os quais aqueles em que cidades inteligentes criam melhores condições para viver o presente e se preparar para o futuro.<sup>16</sup> O cenário apresentado por Curitiba atualmente exige trabalho, gestão democrática e articulação permanente entre diferentes atores – governo, iniciativa privada e sociedade – para responder ao desafio de crescer buscando sustentabilidade e harmonia.

Cada eixo estratégico do Plano de Governo (2004-2008) inclui programas e projetos, desdobrados em ações:

- *Desenvolvimento Social* – Promoção do desenvolvimento humano e social, ampliação de acessos a bens e serviços públicos e diminuição da exclusão social;
- *Cidade do Conhecimento* – acesso ao conhecimento pelo uso intenso de novas tecnologias da informação e comunicação. Oportunidades de trocas de conhecimento e atração de empresas da indústria do conhecimento;
- *Trabalho e Desenvolvimento Econômico* – desenvolvimento de empregabilidade e apoio às atividades produtivas geradoras de trabalho, incluindo a economia social, micro e pequenas empresas;
- *Mobilidade Urbana* – aperfeiçoamento da estrutura urbana relacionada à expansão e qualidade do sistema viário e de transporte, em especial o transporte público de passageiros;
- *Integração Metropolitana* – solidariedade e articulação com as cidades vizinhas, particularmente das áreas conturbadas;
- *Gestão Democrática e Desenvolvimento Institucional* – expressa o compromisso com o fortalecimento da sociedade civil, o desenvolvimento comunitário, institucional e a gestão social;
- *Infra-estrutura, Urbanismo e Meio Ambiente* – garantir o aperfeiçoamento da estrutura urbana com ações que propõe aumentar o diálogo entre administração regional e a comunidade a fim de atender aquelas demandas urbanas mais imediatas da população.

A Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC) está organizada em 16 Secretarias Municipais, 03 Extraordinárias, 01 Procuradoria, 04 Companhias, 02 Fundações, 04 Autarquias, 02 Organizações Sociais. Abaixo são descritas somente as atividades da

<sup>16</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Instituto Municipal de Administração Pública. Disponível em: <<http://www.imap.curitiba.pr.gov.br>>. Acesso em: 13 set. 2008.

Administração Direta, devido a sua relevância na estruturação da gestão pública como um todo, incluindo a própria estruturação da Comunicação Pública:<sup>17</sup>

*Administração Direta – Órgãos de Assessoramento*

- *Gabinete do Prefeito (GAPE)* – Apoiar o chefe do Poder Executivo Municipal na sua missão de governar a cidade e direcionar os planos estratégicos, visando ao bem-estar da população curitibana.
- *Gabinete do Vice-Prefeito (GVP)* – Participar ativamente das decisões políticas e administrativas da gestão municipal, acompanhando a execução dos planos elaborados para o desenvolvimento da cidade e de seus cidadãos.
- *Secretaria do Governo Municipal (SGM)* – Assessorar o Poder Executivo Municipal na sua representação junto às autoridades, comunidade e demais esferas; articular as ações governamentais de forma integrada, compartilhada e descentralizada; coordenar as administrações regionais, acolhendo e acompanhando o trâmite das reivindicações, de acordo com o Plano Estratégico do Governo.
- *Procuradoria Geral do Município (PGM)* – Representar e defender judicial e extrajudicialmente o município, em qualquer foro ou jurisdição, bem como assessorar juridicamente, primando pela excelência, visando a assegurar a prevalência do interesse público e o eficiente atendimento ao cidadão curitibano, de forma determinante e significativa, na diminuição da evasão fiscal, na promoção da execução da dívida ativa e no controle dos atos administrativos.
- *Secretaria Municipal da Comunicação Social (SMCS)* – Atuar em permanente sinergia com os Gabinetes do Prefeito e do Vice-Prefeito, com as secretarias e os órgãos para divulgar a população, por meio do jornalismo e da propaganda, as ações de relevância da administração municipal, contribuindo para a aproximação recíproca entre o Poder Executivo Municipal e a comunidade.

*Órgãos de Natureza Meio*

- Secretaria Municipal de Administração – SMAD
- Secretaria Municipal de Recursos Humanos – SMRH
- Secretaria Municipal de Finanças – SMF

*Órgãos de Natureza Fim*

- Secretaria Municipal do Abastecimento – SMAB

<sup>17</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Instituto Municipal de Administração Pública. Disponível em: <<http://www.imap.org.br/?q=node/276>>. Acesso em: 13 set. 2008.

- ☐ Secretaria Municipal de Assuntos Metropolitanos – SMAM
- ☐ Secretaria Municipal da Defesa Social – SMDS
- ☐ Secretaria Municipal da Educação – SME
- ☐ Secretaria Municipal do Esporte e Lazer – SMEL
- ☐ Secretaria Municipal do Meio Ambiente – SMMA
- ☐ Secretaria Municipal de Obras Públicas – SMOP
- ☐ Secretaria Municipal da Saúde – SMS
- ☐ Secretaria Municipal do Trabalho e Emprego – SMTE
- ☐ Secretaria Municipal do Urbanismo – SMU

*Secretarias Extraordinárias*

- ☐ Secretaria Municipal Extraordinária Antidrogas
- ☐ Secretaria Municipal de Planejamento e Coordenação
- ☐ Secretaria Municipal Extraordinária de Relações Internacionais e Cerimonial

*Administração Indireta – Autarquias*

- ☐ Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba – Ippuc
- ☐ Instituto Municipal de Administração Pública – IMAP
- ☐ Instituto de Previdência dos Servidores do Município de Curitiba - IPMC
- ☐ Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo

*Administração Indireta – Sociedade de Economia Mista*

- ☐ Companhia de Desenvolvimento de Curitiba – CURITIBA S.A.
- ☐ Companhia de Habitação Popular de Curitiba – COHAB-CT
- ☐ Urbanização de Curitiba S. A. – URBS
- ☐ Agência Curitiba de Desenvolvimento S.A – ACD

*Administração Indireta - Fundações*

- ☐ Fundação Cultural de Curitiba – FCC
- ☐ Fundação de Ação Social – FAZ

*Administração Indireta – Serviço Social Autônomo*

- ☐ Instituto Curitiba de Saúde – ICS

*Administração Indireta – Organização Social*

- ☐ Instituto Curitiba de Informática – ICI

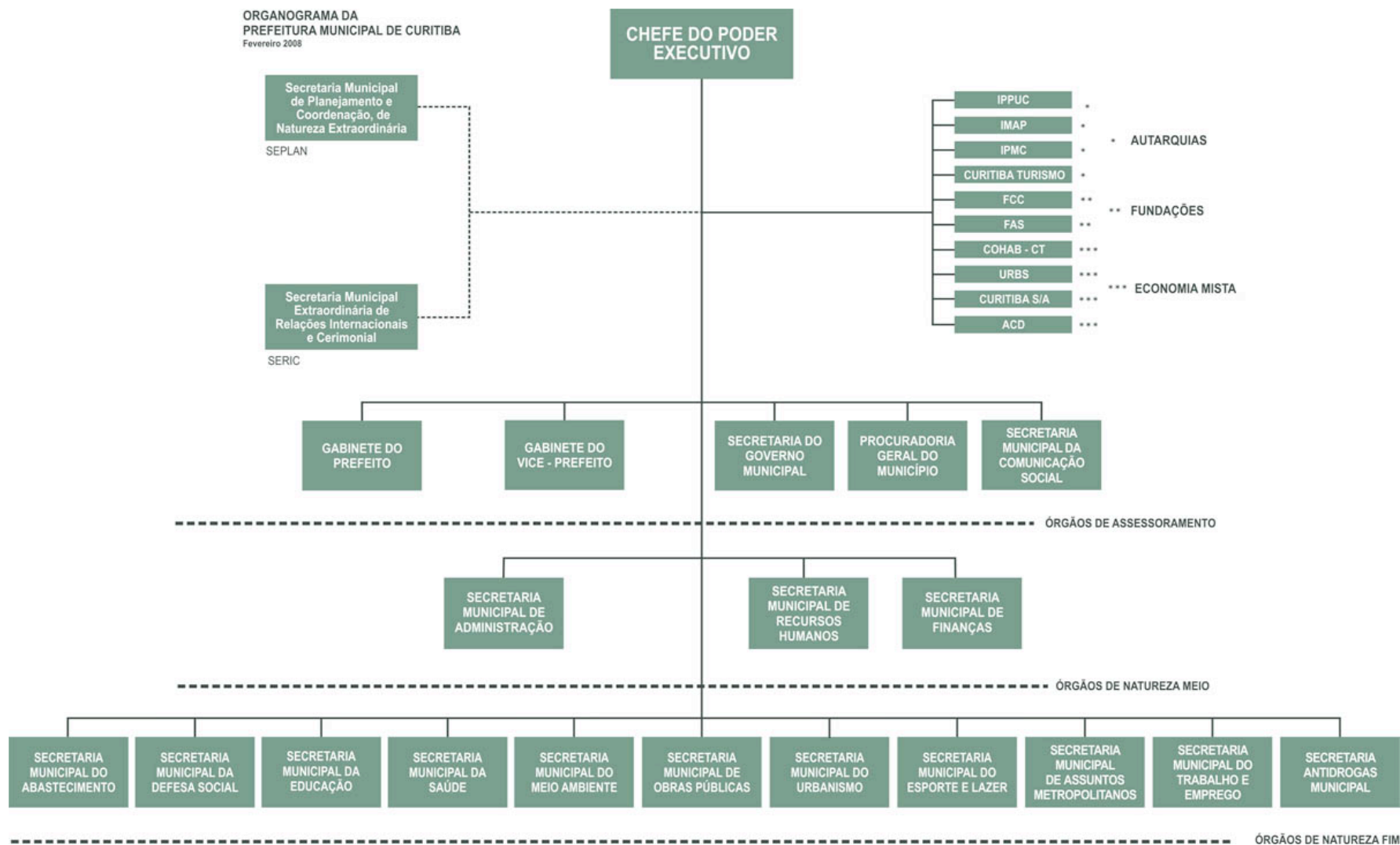


FIGURA 1 – ORGANOGRAMA DA PMC (FEVEREIRO 2008)

FONTE: PMC (2008).

### 3.1.1 SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SMCS

A SMCS tem como objetivo divulgar, por meio do jornalismo e da publicidade, os atos, ações e obras da administração municipal à população de Curitiba, utilizando todos os veículos de massa disponíveis para que a população seja informada em tempo hábil e com o efeito desejado, aperfeiçoando a cidadania e aproximando o poder público e a sociedade. Tem como sua finalidade principal gerar na opinião pública uma imagem positiva do governo municipal.<sup>18</sup>

No planejamento geral a SMCS está ligada diretamente ao Gabinete do Prefeito. Sua estrutura conta com a base administrativa, jurídica, recursos humanos e os departamentos de Divulgação, Relações Públicas e *Marketing*/Propaganda.

Instalada no Palácio 29 de Março, a SMCS é secretariada pelo secretário Deonilson Roldo. A equipe é composta por: Chefe de Gabinete – Maria Cristina Etcheverry, Superintendente – Denise Margareth Oldenburg Basgal, Diretor de Divulgação – Flávio Costa, Diretora de *Marketing* – Roberta Storelli e Diretora de Relações Públicas – Lucélia Auríquio Newton.

O Departamento de Divulgação é responsável pela assessoria de imprensa, fornecendo assessoria jornalística 24 horas aos meios impressos, rádio e TV. Nesse departamento, também são realizadas pesquisas e cruzamentos de informações das demandas que entram através dos diversos canais de comunicação, buscando sempre atender as necessidades do cidadão. O Departamento de *Marketing* e Publicidade é responsável pela propaganda (campanhas, folheteria, etc). O Departamento de Relações Públicas, hoje, é responsável pelo atendimento à imprensa internacional e nacional, além do atendimento aos jornais de bairro e liberação dos espaços públicos para locações para cinema e publicidade.

---

<sup>18</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretaria.aspx?id=194&servico=12>>. Acesso em: 13 set. 2008.

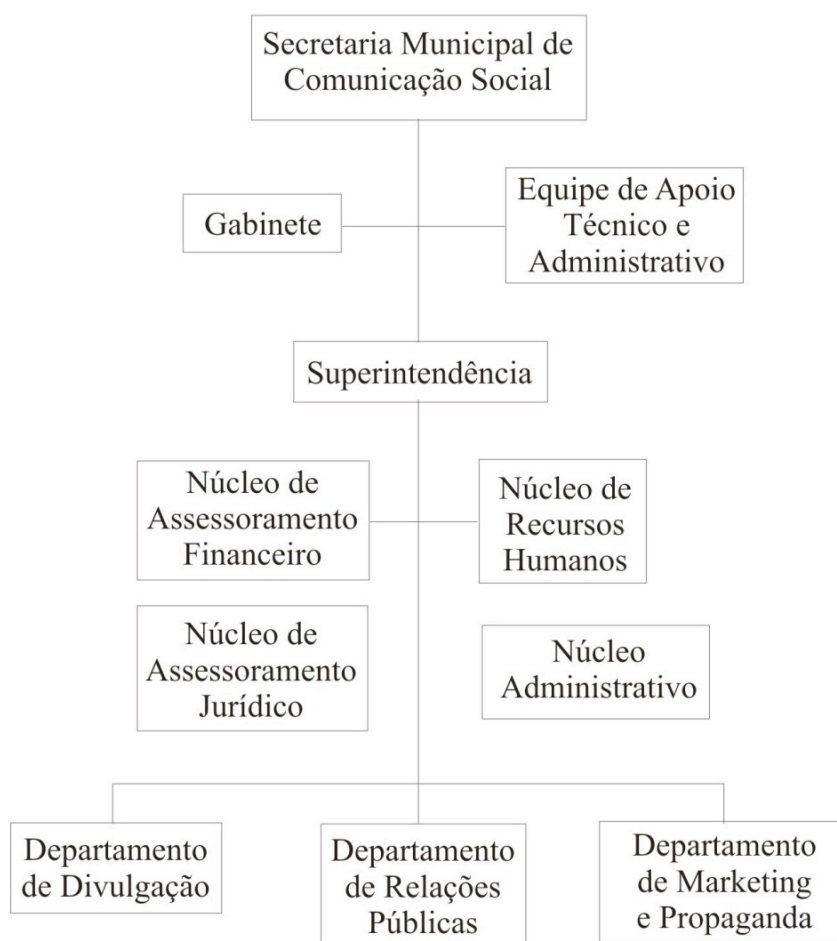


FIGURA 2 – ESTRUTURA ORGÂNICA DA SMCS

FONTE: PMC (2008).

### 3.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ÂMBITO DA GESTÃO MUNICIPAL

O foco principal da administração pública municipal, na gestão do prefeito Beto Richa (2005-2008), foi o cidadão. Isso não se traduz somente no *slogan*, “Curitiba – Cidade da Gente”, mas no Plano de Governo e nas ações promovidas pela Prefeitura, que procurou democratizar ao máximo os processos de decisão, buscando constantemente ouvir e “falar” com o cidadão.

Para estabelecer essa relação democrática com o cidadão, a Prefeitura criou novos meios de receber a demanda da população, e procurou melhorar os instrumentos já existentes. Neste estudo de caso foram descritas as principais formas de Comunicação Pública da PMC: Audiência Pública; Consultas e Debates da Lei de Diretrizes Orçamentárias; Debate Público; Conselhos Municipais; Rua da Cidadania; Administrações Regionais; *Site* da Prefeitura; 156 por telefone e *on-line*; Gabinete Virtual e Totem Multimídia.

Além desses instrumentos, existem outras formas de atender o cidadão e levar informação até ele, por exemplos: Central de Relacionamento, que visa reforçar as consultas das necessidades da população através de pesquisas; os Agentes Comunitários, que participam ativamente e próximos à população; e a utilização de equipamentos públicos para a comunicação (escolas, creches, unidades de saúde) através de vídeos institucionais.

Dentro da administração pública, existe também uma assessoria denominada Assessoria de Assuntos Estratégicos, que estabelece um relacionamento mais próximo com as associações de moradores. As administrações regionais e a FAS também têm relacionamento próximo e direto com as associações e com os líderes comunitários.

Para atender a população e suas demandas, a Prefeitura pesquisa, estuda os assuntos e públicos específicos de cada caso, procurando sempre estabelecer cumplicidade entre o cidadão e a cidade. Nesta atividade estão ligados diretamente o Ippuc e o Instituto Curitiba de Informática – ICI que, respectivamente, coordena o processo de planejamento e monitoramento urbano da cidade e realiza pesquisas para solucionar problemas e aperfeiçoar o processo de governança pública.

### 3.2.1 Audiência Pública

A Audiência Pública foi a forma democrática encontrada pelo prefeito Beto Richa, para ouvir a população diretamente e dar oportunidade ao cidadão de participar das decisões governamentais. Nessas reuniões, o Prefeito leva representantes de todas as secretarias municipais para debater com a população as necessidades de cada bairro, tirar dúvidas, receber críticas e sugestões. Em alguns casos a resposta positiva dos pedidos da população é dada na própria audiência. Quando o pedido precisa de análise mais aprofundada, é marcado um novo encontro das lideranças locais com as equipes da Prefeitura. As audiências são marcadas em horários variados, para atender os diversos públicos conforme sua disponibilidade de tempo, e em muitos casos as obras pedidas pela população nas audiências são feitas pela Prefeitura.<sup>19</sup>

As audiências são divididas em dois momentos. Primeiramente, a população tira dúvidas sobre os projetos e programas da Prefeitura com técnicos de todas as secretarias municipais, que ficam a disposição dos participantes. Depois, as prioridades dos bairros são debatidas. Durante as discussões, os moradores poderão opinar, por exemplo, sobre quais ruas

---

<sup>19</sup> BETO RICH A 45. Disponível em: <<http://www.betoricha45.can.br/noticias/ano/2007/dezembro>>. Acesso em: 13 set. 2008.



gostariam que fossem asfaltadas, onde precisa ser construída uma creche, etc. Depois desse processo, a equipe de planejamento do município vai analisar o que a população pediu e incluirá o que for possível na proposta de lei orçamentária.<sup>20</sup>

Durante a gestão 2005-2008, foram realizadas 235 audiências organizadas pela Secretaria do Governo Municipal, 40 delas em bairros, gerando 18 mil sugestões e atingindo 40 mil pessoas.<sup>21</sup> Aos poucos, os curitibanos se acostumaram a debater com técnicos da Prefeitura os problemas da cidade. Mas é importante a população, após indicar demandas, acompanhe os resultados. Pois muitas vezes depois desse processo, os vereadores fazem emendas e acabam mudando as propostas.



FIGURA 3 - AUDIÊNCIA PÚBLICA NO CAIUÁ E CIC  
FONTE: José Elton (2007).

### 3.2.2 Consultas e Debates da Lei de Diretrizes Orçamentárias

A Lei de Responsabilidade Fiscal – Lei Complementar Federal nº 101, de 2000 e com base na Constituição Federal, de 1988, Lei Orgânica do Município, de 1990, Leis

<sup>20</sup> CARRIEL, P. Curitiba poderá opinar sobre orçamento de 2009. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 06 jul. 2008. Caderno Vida Pública. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=783911&tit=>>. Acesso em: 29 set. 2008.

<sup>21</sup> FÉLIX, R.; FENANDES, J. C. Conversas ao pé da base. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 set. 2008. Caderno Vida Pública. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=812491&tit=Conversas-ao-pe-da-base>>. Acesso em: 29 set. 2008.

Complementar Federal n. 101/2000 (LRF) e Lei Federal n. 10.257/2001 (Estatuto da Cidade), Portarias STN n. 586 e n. 587/2005, estabelece como condição obrigatória para a aprovação da Lei de Diretrizes Orçamentárias as consultas, debates e audiências públicas. A transparência fiscal fica também ao encargo da Prefeitura, bem como a ampla divulgação, inclusive em meios eletrônicos de acesso público, dos planos, orçamentos e leis de diretrizes orçamentárias.

Em cumprimento à Lei, a Prefeitura de Curitiba realizou durante a gestão 2005-2008 reuniões para consultar e debater com a população a melhor forma de aplicação do dinheiro público do ano consecutivo. A população de Curitiba pode sugerir à Prefeitura obras e investimentos que gostaria de ver executados. Essas sugestões apresentadas nas reuniões são levadas em conta na hora de elaborar a proposta orçamentária. As reuniões ocorrem geralmente nas Regionais, ou paralelamente a uma Audiência Pública.

Atendendo também às exigências legais, sobretudo, ao princípio da transparência e discussão democrática, o Município de Curitiba, através da Secretaria Municipal de Finanças, disponibiliza as informações, números e séries históricas, e outros dados referentes ao Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Orçamento Anual, para consulta e apreciação pelos cidadãos e entidades da sociedade civil.<sup>22</sup>

A divulgação das Consultas e Debates Públicos é feita através do *site* da Prefeitura Municipal de Curitiba, pela Central de Informações 156 e pelas Regionais, utilizando-se de instrumentos específicos: folhetos distribuídos em escolas, creches, unidades de saúde, carro de som, cartazes no comércio e nas linhas de ônibus. Os meios de comunicação também divulgam data, hora e local das Consultas.

Durante as Consultas, o cidadão conta com a apresentação dos projetos pelos técnicos e pelo Prefeito, recebe folhetos explicativos, tem espaço aberto para perguntas e todo o debate é registrado audiovisualmente. Atendida as reivindicações, a Prefeitura convida os moradores da região para a inauguração através de folhetos, jornal, rádio e televisão.

Ficam responsáveis pela organização das Consultas e Debates Públicos do Projeto de Lei de Diretrizes Orçamentárias: Grupo Funcional de Planejamento, Orçamento e Finanças Secretaria Municipal de Planejamento e Coordenação (SEPLAN), Secretaria Municipal de Finanças (SMF), Instituto Municipal de Administração Pública (IMAP) e o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (Ippuc).

---

<sup>22</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Servicos/Financas/orcamento/index.htm>>. Acesso em: 13 set. 2008.

Especificamente, as Consultas definem as regras e orienta a elaboração e execução da Lei Orçamentária Anual (LOA), estabelecem as metas e prioridades da administração pública, avaliam as metas fiscais anteriores, prevêm novas metas fiscais, avaliação das metas do ano precedente, comparam os resultados, definem as metas da LDO do ano precedente, as receitas e principais despesas correntes/capitais, previsão de investimento em obras, aplicação dos recursos próprios em obras, a aplicação de outros recursos em obras e a estimativa de aplicação dos recursos do município. As questões orçamentárias são discutidas com base nos eixos estratégicos do programa da Prefeitura.<sup>23</sup>

### 3.2.3 Debates Públicos

O nome debate público não existe formalmente dentro da administração municipal, mas isso não quer dizer que ele não ocorra. Geralmente os debates públicos são promovidos pelas Secretarias, Conselhos, dentre outros, conforme a necessidade de cada parcela da população/grupo de interesse, para discutir a respeito de vários assuntos pertinentes ao cidadão e a administração pública.

### 3.2.4 Conselhos Municipais

Os conselhos gestores de políticas públicas são canais efetivos de participação e controle social, que permitem estabelecer uma sociedade na qual a cidadania deixe de ser apenas um direito, mas uma realidade. A importância dos conselhos está no seu papel de fortalecimento da participação democrática da população na formulação e implementação de políticas públicas.

Os conselhos são espaços públicos de composição plural e partidária entre Estado e sociedade civil, de natureza deliberativa, normativa, fiscalizadora, mobilizadora e consultiva, cuja função é formular e controlar a execução das políticas públicas setoriais. Os conselhos surgem a partir das reivindicações das classes, como uma necessidade de representação, e tornam-se um dos principais canais de participação popular dentro das três instâncias do

---

<sup>23</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <[http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias/32/287/Anexos/Apresentacao\\_LDO\\_2007.pdf](http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias/32/287/Anexos/Apresentacao_LDO_2007.pdf)>. Acesso em: 02 out. 2008.

governo (Federal, Estadual e Municipal), institucionalizando a relação entre a administração pública e os setores da sociedade civil.<sup>24</sup>

Para escolher os membros que irão compor um Conselho Municipal é realizada uma eleição, na qual são escolhidos os representantes da sociedade civil, que representarão a comunidade, com mandato de dois anos. Tanto os candidatos, como os eleitores, precisam se cadastrar para que possam participar da eleição. Na eleição da sociedade civil, qualquer cidadão ligado à atividade representada pelo Conselho pode se candidatar. Geralmente os cadastros são realizados nas administrações regionais do município, e os nomes dos candidatos são divulgados em edital. Os candidatos, mesmo os que representam a sua comunidade, devem comprovar sua atuação em atividades ligadas ao Conselho. Os demais membros são representantes do Poder Executivo Municipal e da Câmara Municipal de Curitiba.

Os Conselhos contam com a participação dos representantes da Prefeitura, de Organizações Não-Governamentais e da sociedade, que se reúnem periodicamente para discutir sobre o gerenciamento de verbas para investimentos em instituições, campanhas e ações direcionadas para um público específico. Um conselho pode concentrar sua atenção sobre a razão de sua existência sem se isolar e perder o contato com os outros conselhos.

Segue a relação dos 24 Conselhos Municipais de Curitiba: *Acompanhamento e Controle Social* (consultivo – deliberativo); *Alimentação Escolar* (fiscalizador); *Assistência Social* (deliberativo – normativo); *Ciência e Tecnologia*; *Condição Feminina* (mobilizador); *Conselho Municipal da Cidade de Curitiba* (consultivo); *Cultura da Paz* (consultivo); *Cultura* (fiscalizador); *Direitos da Criança e Adolescentes* (fiscalizador); *Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência* (consultivo – fiscalizador – deliberativo); *Direitos da Pessoa Idosa* (consultivo – fiscalizador – deliberativo – controle social); *Educação* (mobilizador – normativo – deliberativo – controle social – fiscalizador); *Emprego e Relações do Trabalho* (deliberativo); *Esportes*; *Histórico e Geográfico*; *Juventude*; *Meio Ambiente* (deliberativo); *Político Étnico Racial* (consultivo – deliberativo); *Políticas sobre Drogas* (mobilizador – fiscalizador); *Proteção Animais* (consultivo – deliberativo); *Saúde* (fiscalizador – deliberativo); *Segurança Alimentar e Nutricional* (mobilizador); *Turismo* (consultivo – deliberativo) e *Urbanismo* (consultivo).<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/PortalTransparenciaConselhosmunicipaiseControleSocial.asp>>. Acesso em: 04 out. 2008.

<sup>25</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Relação dos Conselhos Municipais de Curitiba, Curitiba, 2008. Arquivo da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

### 3.2.5 Rua da Cidadania

A primeira Rua da Cidadania foi construída em 1993, na gestão do ex-prefeito Rafael Greca, e desde então é o símbolo da descentralização administrativa municipal. É ponto de referência e encontro para o usuário dos serviços públicos municipais, no âmbito regional, atendendo às necessidades e aos direitos do cidadão no comércio, no lazer e nos serviços. Seus núcleos oferecem serviços nas esferas municipal, estadual e federal.<sup>26</sup>

A Rua da Cidadania é uma obra urbanística e ponto de referência e encontro para o cidadão no âmbito regional. Sua implantação visa a condições mais eficazes e eficientes para o atendimento às necessidades e aos direitos do cidadão.

As Ruas da Cidadania podem ser definidas como um misto de Prefeitura e *shopping*. Todas as Secretarias Municipais prestadoras de serviços essenciais possuem um núcleo de atendimento local. A população pode pagar carnês da COHAB-CT, impostos municipais, solicitar e retirar alvarás, solicitar informações sobre escolas, requisitar guias para atendimento em postos de saúde ou autorização para derrubar árvores, fazer sua carteira de trabalho ou identidade, solicitar certidões negativas da receita, inclusive estadual, registrar empresas, no âmbito municipal e estadual, patrocinar causas cíveis de valor inferior a 40 salários mínimos, inclusive com audiências na própria Rua, receber assistência jurídica gratuita, entre outras facilidades.

Entre os objetivos das Ruas da Cidadania, destacam-se: aproximar as ações e os serviços dos cidadãos para melhor conhecer e atender as suas necessidades; adequar as ações e os serviços públicos às características e necessidades de cada região do município; facilitar o acesso às informações e aos serviços em geral da PMC; facilitar o acesso a outros serviços públicos e privados aos cidadãos; favorecer o exercício da cidadania na medida em que se ampliam os espaços de reivindicações, reclamações e de participação comunitária; ser um pólo de “animação” de manifestação cultural, de esporte e de lazer da comunidade local; ser um pólo de integração entre os diversos órgãos da PMC com atuação regionalizada; servir de apoio estratégico à descentralização da Administração Central.

As Ruas da Cidadania estão sendo implantadas junto ou próximo aos terminais de transporte e zonas mais carentes da cidade que necessitam de um ponto de apoio ao

---

<sup>26</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Regionais.aspx?servico=8>>. Acesso em: 02 set. 2008.

desenvolvimento de suas regiões de influência. Além de provocar benéfica alteração na paisagem físico-sociais locais são uma referência da Prefeitura e da cidade.<sup>27</sup>

### 3.2.6 Administrações Regionais

As Administrações Regionais permitem uma atuação inter-setorial alinhada às diretrizes traçadas pelo município, mantendo capacidade gestora para solucionar demandas e propor avanços voltados à melhoria da qualidade de vida da população contando ainda, com a sua efetiva participação.<sup>28</sup>

As Regionais são espécies de subprefeituras, encarregadas dos bairros de cada uma das nove regiões em que Curitiba está administrativamente subdividida. As Administrações Regionais identificam e estabelecem prioridades; promovem formas e métodos de execução de projetos comunitários; desenvolvem o planejamento local de modo compatível com as condições e a legislação vigente, de forma a instrumentalizar as ações concretas definidas pela municipalidade; promovem a interligação do planejamento local ao planejamento da cidade. Acompanham, de maneira integrada, as ações das secretarias municipais dentro de suas áreas-limites e participam da organização de seus serviços. Apresentam alternativas de obras e serviços que satisfaçam as perspectivas da administração e da população. Fornecem à comunidade informações e atendimentos, dentro dos limites de sua competência, ou os encaminham aos órgãos competentes.<sup>29</sup>

Com a Administração localizada na Rua da Cidadania, a Regional possui o papel de articulador com secretarias da Prefeitura, uma porta de entrada para reivindicações dos representantes da sociedade civil e dos seus cidadãos. Através de ofícios, *e-mails* e telefone, são recebidas as reclamações, solicitação de serviços e sugestões da população, e posteriormente encaminhadas para os departamentos pertinentes. Convocações de audiências públicas e avisos, também são enviados pela Regional para as Associações de Moradores.

---

<sup>27</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Disponível em: <[http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/anexos/2001\\_%20Ruas%20da%20Cidadania,%20Caracterização,%20Funções%20e%20Área%20Construída%20em%20Curitiba.pdf](http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/anexos/2001_%20Ruas%20da%20Cidadania,%20Caracterização,%20Funções%20e%20Área%20Construída%20em%20Curitiba.pdf)>. Acesso em: 02 set. 2008.

<sup>28</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Instituto Municipal de Administração Pública. Disponível em: <<http://www.imap.org.br/?q=node/278>>. Acesso em: 13 set. 2008.

<sup>29</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Regionais.aspx?servico=8>>. Acesso em: 02 set. 2008.

### 3.2.7 Site da Prefeitura

O *site* <[www.curitiba.pr.gov.br](http://www.curitiba.pr.gov.br)>, da Prefeitura de Curitiba fornece ao cidadão informações sobre a administração pública e fornece ferramentas para a população tirar dúvidas, enviar sugestões e críticas (156 *on-line*, gabinete virtual e fale conosco). O cidadão tem acesso a praticamente todos os dados da administração pública direta e indireta (Secretarias e Órgãos) e serviços (*on-line* ou informativos), além de *links* para a página de serviços do governo estadual e federal. Na página inicial é possível acompanhar, em formato de matéria jornalística (escrita, TV e rádio), as ações da Prefeitura, obras, eventos, projetos e informações de utilidade pública. Para o cidadão curitibano, o *site* da Prefeitura é uma importante ferramenta, pois concentra um número elevado de informações, dados de prestação de contas e orientação para a utilização dos serviços públicos municipal.

### 3.2.8 156 por Telefone e 156 *on-line*

A Central de Atendimento e Informações - 156 é o *Contact Center* desenvolvido e gerenciado pelo ICI (Instituto Curitiba de Informática), com o objetivo de viabilizar um sistema de comunicação ágil e eficiente entre o cidadão e a Prefeitura de Curitiba, permitindo o atendimento da demanda de informações e solicitações da população, de uma forma segura, confiável e com qualidade.

O cidadão pode fazer uso da Central 156 por telefone, sem nenhum custo, ou acessar o 156 *on-line* dentro do site da Prefeitura, no *link* “Cidadão”. Pelos dois meios, o cidadão pode solicitar qualquer informação e serviço pertinente ao âmbito administrativo municipal. O acesso ao serviço por meio da Internet pode ser realizado utilizando-se a rede pública gratuita do Projeto Cidade do Conhecimento, que disponibiliza computadores à população nos Faróis do Saber e bibliotecas públicas municipais.

A democratização e facilidade de acesso aos serviços públicos municipais, o maior conhecimento das ações e dos serviços públicos e a maior qualidade no atendimento, são os principais benefícios proporcionados pela utilização destes meios de comunicação com a Prefeitura de Curitiba.<sup>30</sup> Para se ter uma perspectiva de consultas ao 156, em setembro 2008 foram realizados 108.821 contatos via telefone e 3020 *on-line*.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.central156.org.br/>>. Acesso em: 13 set. 2008.

<sup>31</sup> Dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Curitiba.

### 3.2.9 Gabinete Virtual e Fale Conosco

No *site* da Prefeitura de Curitiba, encontramos duas formas muito parecidas de comunicação virtual “direta” com a administração pública: o *link* “Gabinete Virtual”, inserido no espaço do cidadão, que fornece ferramentas para envio de *e-mails* com dúvidas e sugestões ligadas à gestão pública. O gerenciamento desta ferramenta fica a encargo de um funcionário da Secretaria de Comunicação, que após a leitura dos *e-mails*, encaminha para a Secretaria competente.

Da mesma forma funciona o *link* “Fale Conosco”, localizado no rodapé do *site*, possui um formulário para envio de *e-mails* com dúvidas sobre a utilização do *site* da Prefeitura. Na mesma página o cidadão encontra um aviso sobre o serviço 156 *on-line* e por telefone.<sup>32</sup>

### 3.2.10 Totem Multimídia

Em funcionamento desde julho de 2006, os Totens Multimídia que fazem parte do mobiliário urbano da cidade são componentes do Programa de Governo Se Lig@ Curitiba e tem como objetivo a prestação de serviços públicos eletrônicos à população e a inclusão digital. Estes equipamentos buscam contribuir na democratização do acesso à informação e aos serviços públicos municipais.

Instalados em praças públicas, terminais de ônibus, parques, prédios públicos, unidades de saúde e Ruas da Cidadania, foram projetadas em dois modelos, um para ambiente externo e outro interno. Os Totens Multimídia têm telas do tipo *touch screen* (acionada com o toque dos dedos), semelhante às usadas nos caixas eletrônicos de bancos.

Oferecem acesso a informações sobre serviços municipais como Consulta a Protocolo, Consulta Comercial, *Webmail* fornecido pela Prefeitura no Portal Cidade do Conhecimento <[www.cidadedoconhecimento.org.br](http://www.cidadedoconhecimento.org.br)>, Horário de Ônibus, Notícias da Prefeitura, endereços de Postos de Saúde, Telefones Úteis, resultado de Concursos Públicos, Agenda Cultural e também a Previsão do Tempo de Curitiba com dicas sobre Defesa Civil. As informações para turistas são ofertadas em inglês e em português e constam de endereços de restaurantes, locais para compras, atrações turísticas e agenda de eventos.

Destacam-se a informações de utilidade pública como a lista de todas as Unidades Municipais de Saúde, com endereço, horário de funcionamento e telefone, bem como os

---

<sup>32</sup> Links para o “Gabinete Virtual” <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Cidadaos.aspx?idf=150&servico=38>> e para o “Fale Conosco” da PMC <<http://www.curitiba.pr.gov.br/FaleConosco.aspx>>.



horários e linhas de ônibus, serviços de táxi e o item “Sua Opinião” com pesquisa sobre a qualidade do serviço. No item Habitação encontram-se todas as informações relevantes ao cidadão referente ao trabalho da COHAB.<sup>33</sup> Abaixo segue os acessos dos últimos três meses dos Totens Multimídia.

**TABELA 2 – ACESSOS DOS MESES DE JULHO, AGOSTO E SETEMBRO DE 2008 DOS TOTENS MULTIMÍDIA**

<b>SERVIÇOS</b>	<b>JUL/08</b>	<b>AGO/08</b>	<b>SET/08</b>
Turismo	69.982	55.996	50.504
Horário de ônibus	57.496	48.485	59.875
Webmail	35.024	29.833	28.613
Previsão do tempo	27.512	26.289	26.300
Concursos Públicos	23.376	22.896	19.611
Sua Opinião	8.980	7.796	7.522
Habitação	7.423	6.617	6.283
Notícias da Prefeitura	5.129	3.706	4.033
Telefones úteis	4.283	3.374	3.318
Saúde	3.407	2.590	2.736
Programação Escola	0	0	2.261
Agenda Cultural	1.399	1.204	1.162
Consulta Comercial	1.278	728	716
Protocolos da PMC	525	197	69
Protocolos 156	46	25	17
<b>TOTAL</b>	<b>245.860</b>	<b>209.736</b>	<b>213.020</b>

FONTE: PMC (2008).

<sup>33</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Cidadaos.aspx?id=154&servico=38>>. Acesso em: 13 set. 2008.



FIGURA 4 – TOTEM MULTIMÍDIA EM FRENTE À PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA

FONTE: PMC (2008).



FIGURA 5 – TOTEM MULTIMÍDIA NO TERMINAL DE ÔNIBUS

FONTE: PMC (2008).

## **4 ASSOCIAÇÃO DE MORADORES E AMIGOS DO SÃO LOURENÇO**

### **4.1 BAIRRO SÃO LOURENÇO**

A Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço (AMA São Lourenço) atua no Bairro São Lourenço, pertencente à Regional do Boa Vista, e nos bairros da Região Norte de Curitiba. O São Lourenço começou com um pequeno povoado à margem da Estrada do Assungüi (atual Rua Mateus Leme), e abrigava dois estabelecimentos importantes da região, a Fábrica Estearina Paranaense e o Curtume São Lourenço, um dos mais antigos da cidade. Na implantação do Parque São Lourenço, a antiga fábrica de velas foi reformada e aproveitada para a construção de espaços culturais que, atualmente, conferem um atrativo especial ao bairro de recreação e lazer. Atualmente o bairro São Lourenço ocupa área de 2.255.000 m<sup>2</sup>, o que representa 0,52% do total da cidade de Curitiba. Sua população em 2005 era de 5.556 e a estimativa para 2007 foi de 7.630 habitantes.<sup>34</sup>

### **4.2 ATUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES E AMIGOS DO SÃO LOURENÇO**

A AMA São Lourenço surgiu em 1999/2000 para pedir melhorias locais de iluminação, trânsito, pavimentação, etc. Aos poucos o grupo foi evoluindo e outras questões surgiram. Hoje a AMA São Lourenço dedica-se a vários projetos, principalmente de cunho ambiental, mas o foco de todas as ações sempre está voltado para os cidadãos e para a melhoria da comunidade.

Todas as questões ambientais abordadas pela AMA São Lourenço estão ligadas a outras questões de preocupação pública, por exemplo, para falar de meio ambiente é preciso falar em saúde (coleta de lixo, saneamento, etc.), pois se um rio recebe grande quantidade de lixo, entupirá as tubulações, e com a chuva o rio transbordará, misturando-se com o esgoto e invadindo a casa das pessoas. Com isso há problemas com contaminação e proliferação de doenças, além de perdas materiais. “Assim podemos observar como um problema ambiental se transforma em um problema social, econômico e de saúde pública”, aponta Leme (2008), Presidente da AMA São Lourenço.

---

<sup>34</sup> CURITIBA. Prefeitura Municipal. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Disponível em: <[http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba\\_em\\_dados\\_Pesquisa.asp](http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp)>. Acesso em: 13 set. 2008.

A Associação não possui sede própria, então os membros das diversas diretorias e conselhos trabalham em suas casas, cada um ligado ao seu grupo maior de trabalho/parceiros. Quem é do Meio Ambiente conversa com diversos Clubes de *Lions*,<sup>35</sup> quem é do Esporte e Lazer está ligado ao tema e aos Escoteiros, quem é da Saúde faz parte do Distrito de Saúde e assim por diante. Todos são líderes no assunto em que estão envolvidos e conhecem muita gente.

Ao falarmos da AMA São Lourenço não podemos deixar de citar o nome de uma peça chave, César Paes Leme. Um editor que se transformou em líder comunitário, ou como ele prefere dizer “um editor de livros que trabalha em projetos comunitários”. Em 1979, quando mudou-se para Curitiba, César começou a participar de palestras, conheceu diversos estudantes e lideranças comunitárias, que buscaram tornar o mundo melhor, então acabou aderindo isso a sua vida. Hoje além de Presidente da AMA São Lourenço, acumula os cargos de Coordenador Nacional do Grupo Brasil Maior Valor aos Direitos Autorais, Coordenador Nacional do Grupo Comunicação com Responsabilidade, Assessor do Meio Ambiente da Governadoria do Distrito LD1 do *Lions* Internacional, Diretor do Meio Ambiente da Federação das Associações de Moradores de Curitiba, Integrante da União das Associações de Moradores da Região Norte de Curitiba, Integrante do Grupo Comunitário do Meio Ambiente da Região Norte de Curitiba, Integrante da Comissão de Ação Viva Belém, Relações Públicas da APAP-PR e Coordenador Geral da Supervia Digital. Cidadão Honorário de Curitiba, Leme procura transmitir seus ideais por onde passa e procura mobilizar a todos.<sup>36</sup> Hoje a AMA São Lourenço conta com 183 instituições parceiras, dentre elas: Instituições Governamentais, Clubes de *Lions* e *Rotary* (aproximadamente 60 Clubes de *Lions*), Escolas (centro radiador da região), Universidades (análise científica de dados), empresas, meios de comunicação (TV Lumem, TV UFPR, TV CNT, rádios, etc.), Associações, Grupo de Escoteiros, dentre outros.

O ritmo de mobilização é constante, com uma média de três eventos (palestras, reuniões, entrevistas, boletim, oficinas, vistorias e/ou festividades) por semana. Sem sede própria as reuniões são realizadas no Centro de Criatividade de Curitiba – no Parque São Lourenço. As palestras ocorrem geralmente em instituições de ensino e outras associações.

---

<sup>35</sup> Clubes de *Lions* são clubes de serviço à comunidade, dedicados à idéia de que homens e mulheres que vivem numa comunidade estão na posição de saber quem precisa de ajuda e por quê. Estes clubes locais, mais de 43.000, fazem parte da maior organização de clubes de serviço do mundo, com 1,4 milhões de associados servindo em 202 países e áreas geográficas. A Associação não tem nenhuma afiliação política e nem sectária.

<sup>36</sup> Supervia Digital. Disponível em: <<http://www.superviadigital.com.br/0arquivos/cesarcvit.htm>>. Acesso em: 02 out. 2008.

Esse ritmo de trabalho só é possível, graças ao envolvimento e apoio de todos os voluntários e parceiros.

Um passo importante para a expansão e divulgação das ações da AMA São Lourenço, foi a criação, em 2000, da Supervia Digital idealizada por Leme a partir da Rede de Cooperação e Amizade já existente desde 1989. A Supervia Digital é hoje o elo de comunicação na *web* de mais de 60 mil voluntários em mais de 18 países. Cada empresa e profissional associado fornecem apoio na implantação de projetos técnicos, de ensino e projetos comunitários, usando desde boletins eletrônicos a vídeo conferência com transmissão de som e imagem via Internet. Trata-se de uma grande estrutura *on-line*, semelhante a uma colméia, que tem a participação de todos os níveis de representatividade da sociedade.<sup>37</sup>

Além de utilização da Supervia Digital para a divulgação das ações da AMA São Lourenço, são distribuídos fotocópias e folhetos, constantemente matérias são publicadas nos jornais dos bairros da região, além de entrevistas em rádios e TVs. A divulgação dos Projetos nos meios de comunicação tem sido de fundamental importância, em questão de conscientização, divulgação e visibilidade das ações realizadas pela AMA São Lourenço.

Em relação às questões políticas, Leme deixar claro que a AMA São Lourenço possui total independência político partidária, e assume o compromisso de não filiar-se a partido político, não estabelecendo vínculo a campanhas de candidatos. Nenhum partido é autorizado a vincular o nome da Associação, ou fazer referência aos projetos comunitários que são mantidos com ajuda de parceiros voluntários e colaboradores. Esta linha de ação da AMA São Lourenço é fundamental para a administração e continuidade dos projetos comunitários, hoje referência ambiental em mais de 150 cidades.

#### 4.3 RELAÇÃO DA AMA SÃO LOURENÇO COM A PMC

Para a AMA São Lourenço, a Prefeitura Municipal de Curitiba é uma grande parceira, oferecendo apoio logístico para as suas ações. Mas, isso não exime a Prefeitura de cobranças em relação aos serviços públicos. Rotineiramente acontecem reuniões nos Conselhos de Saúde, Assistência Social e Segurança. Nestas reuniões são informadas as necessidades da comunidade e cobradas as pautas apresentadas anteriormente. Discutem-se os problemas, prioridades, demandas reprimidas e a velha questão de orçamento menor que o número de

---

<sup>37</sup> Supervia Digital. Disponível em: <<http://www.superviadigital.com.br/home.htm>>. Acesso em: 02 out. 2008.

obras solicitadas. “Cada liderança tem suas prioridades e busca encontrar meios de ver sua reivindicação atendida (parceria com moradores para fazer anti-pó, construir posto de saúde, ampliar os que já existem, escolas, creches e outros)”, aponta Leme (2008).

Em relação à gestão pública municipal e as associações Leme (2008) comenta:

o relacionamento entre os administradores e os moradores vem melhorando com o passar do tempo. O poder público tem se esforçado para ouvir as demandas que surgem da população e as comunidades estão a cada dia mais organizadas e com melhores condições de acompanhar o que é realizado. Mas ainda temos um longo caminho pela frente - a cidade cresce em ritmo acelerado e a demanda por mais saúde, segurança e educação continuará forte.

A respeito dos Debates e Consultas da Lei de Diretrizes Orçamentária, Leme (2008) vê como algo necessário e de dever público. Ele sugere também a implantação de um sistema constante de redução de custos, através da revisão permanente dos processos de aquisição de produtos e serviços. Além da redução de custos e melhoria da eficácia do processo, deveria haver a demonstração de que determinado valor economizado em uma obra foi usado para complementar ou atender a uma nova obra.

Leme (2008) espera também a criação de uma secretaria dos assuntos comunitários, a qual, segundo ele, ampliará o canal de comunicação existente entre a Prefeitura e a comunidade e poderá, com orçamento próprio, atender demandas relacionadas a melhorias na comunicação, seleção de obras prioritárias e agilizar os processos de rápida execução e baixo custo.

Para o presidente da AMA São Lourenço, uma das melhores oportunidades de integração da comunidade com a Prefeitura é a participação nas Audiências Públicas, onde os moradores podem fazer suas sugestões de obras e serviços relacionados a saneamento, consertos no parque, manutenção de ruas, iluminação, trânsito, ações ambientais, saúde, coleta de lixo, etc. Outro instrumento importante para a integração entre Prefeitura e a Associação, é a administração Regional do Boa Vista, que atua como facilitador na resolução de problemas comunitários e no requerimento de serviços públicos.

#### 4.4 PROJETOS DESENVOLVIDOS PELA AMA SÃO LOURENÇO

A Associação dos Moradores e Amigos do São Lourenço se destaca por ter projetos de longo prazo, alguns inéditos, muitos parceiros e muitos projetos comunitários. Suas mobilizações são pacíficas e focam a conscientização e esclarecimento por meio de bons exemplos. Sua atuação também está focada em denúncias, através da utilização de imagens,

em atividades apreciativas e na geração de exemplos, evitando a apelação desmedida. Hoje os projetos da AMA São Lourenço são repetidos em outros bairros e até em outras cidades.

Em 2008, a AMA São Lourenço e seus parceiros já realizaram mais de 150 ações sócio-ambientais, com reflexos positivos na comunidade do São Lourenço e em muitos outros bairros da Capital. A integração das associações, do comércio local, clubes de serviço, escolas, universidades e poder público é muito importante para a melhoria das condições de vida e cidadania em todas as comunidades. No entanto, para Leme (2008) a maioria das pessoas pedem mudanças, cobram soluções, exigem providências, mas não querem ter qualquer tipo de despesa, muito menos se envolver na briga. Esperam que a coisa mude, mas não querem ter o seu nome envolvido.

De uma forma ou outra todos os projetos da AMA São Lourenço estão interligados, independente do seu segmento. Segue abaixo alguns dos projetos realizados/apoiados pela AMA São Lourenço:

*Festa do pinhão 2025:* trata-se de uma festa que acontecerá em 5 de junho de 2025, e possui o seguinte lema: “Estamos plantando a floresta, para depois fazer a festa”. A festa será feita com uma pequena parte dos novos pinhões, da nova floresta plantada e preservada em Curitiba e Região Metropolitana desde 2000. A Associação tem incentivado as pessoas a pensarem no futuro, ajudando na preparação da festa através do plantio anual de pinheiros e atividades semestrais de manutenção das mudas. Anualmente são plantadas, em toda a região norte de Curitiba, em torno de 40 mudas de Araucária Angustifolia. O ciclo produtivo da árvore é de aproximadamente 16 anos. Os pinheiros que foram plantados em 2000 estão hoje com mais de sete metros de altura, e começarão a produzir por volta de 2016.

*Festa do São Lourenço:* desde 1999 ocorre anualmente a “Grandiosa Festa do São Lourenço”. O objetivo deste evento é promover atividades culturais, artísticas e de conscientização ambiental, além oferecer à população da região serviços de utilidade pública e ajudar os trabalhadores autônomos/artesão a venderem seus trabalhos. A última festa ocorreu nos dias 1, 2 e 3 de agosto, e contou com a participação de 75 Escolas, Grupos de Escoteiros, várias Associações de Moradores da Região, Secretarias Municipais da Educação, Saúde, Esporte e Lazer, Agricultura e Abastecimento, Urbanismo, Meio Ambiente, FAS, Regional da Boa Vista e FCC. Durante o evento foram realizadas diversas atividades, dentre elas: o “famoso” abraço ao parque, distribuição de mudas nativa, exposições e oficinas das escolas parceiras, Exposição de Obras de Arte, Varal de Poesias, Feira de Gastronomia, Arte e Artesanato, Exames de saúde, Massoterapia, Avaliação física, Assistência Jurídica, Psicológica e Vocacional. Também ocorre durante o evento o plantio anual de mudas de

pinheiro no Parque, com a participação das patrulhas ambientais de escolas, clubes de serviços, grupos de escoteiros e Universidades.

*Viva Belém:* o projeto tem como objetivos despoluir até 2011, todas as nascentes do rio Belém que cortam o bairro São Lourenço em Curitiba. A comissão Viva Belém é formada por Associações de Moradores, Clubes de Serviço (*Lions* e *Rotary*), Grupos Escoteiros, Administração Regional, Secretarias Municipais e Estaduais, Escolas (públicas e particulares), Associação Comercial de Curitiba, Universidades públicas e particulares, Sanepar e Instituto Ambiental do Paraná. No total, o projeto conta com a participação de mais de 20 mil alunos de 30 escolas, e diversas ONGs. Todos buscam recuperar um dos mais importantes rios de Curitiba, o Rio Belém.

*Patrulha Ambiental:* o projeto está focado nas crianças em idade escolar e moradores da região. Durante atividades extracurriculares são formados grupos de alunos para monitorar um trecho do rio e transmitir às instituições responsáveis os problemas encontrados, através de imagens, desenhos e redações. Paralelamente, desenvolvem matérias transversais na escola, com o foco em cidadania, meio ambiente, ecologia e voluntariado. São realizados também concursos de fotografias e desenhos, com premiações como uma forma de incentivo aos alunos. A cada início do projeto em uma nova escola, ou com um novo grupo, o presidente da AMA São Lourenço vai até a instituição de ensino e faz uma palestra de mobilização e conscientização para as crianças, ressaltando os problemas ambientais enfrentados atualmente. Esse projeto conta com a parceria de 60 escolas e mais de 35.000 pessoas, entre alunos e professores. São ações contínuas e integradas, na educação ambiental.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Informações sobre outros projetos realizados pela AMA São Lourenço estão na página: <<http://www.superviadigital.com.br/listaprojetos.htm>>.



## 5 A PERCEPÇÃO DA SOCIEDADE DAS AÇÕES DA AMA SÃO LOURENÇO E DA PREFEITURA DE CURITIBA

A partir das informações e dados coletados na PMC e na AMA São Lourenço sobre a prática da Comunicação Pública, elaborou-se esta pesquisa, a fim de complementar o estudo de caso desta monografia. O objetivo é identificar o grau de conhecimento e participação dos moradores do Bairro São Lourenço nas ações da AMA São Lourenço, saber qual é o grau de conhecimento do cidadão em relação às instrumentos de Comunicação Pública da PMC e identificar quais delas o cidadão utiliza em prol do exercício da sua cidadania. Esta pesquisa também apresenta outros dados relevantes para a prática da Comunicação Pública, como a atuação do cidadão na sociedade e as suas considerações sobre a prática da cidadania.

Foram entrevistadas 44 pessoas, no período entre 14 e 27 de setembro de 2008, por meio de um questionário (Apêndice 1), com perguntas de múltiplas escolhas e questões abertas respondidas ao entrevistador. Utilizou-se metodologia quantitativa e os pesquisados foram escolhidos por conveniência, no Parque São Lourenço e nas suas proximidades.

### 5.1 RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa foi respondida por 21 homens (47,7%) e 23 mulheres (52,3%), totalizando 44 entrevistados.

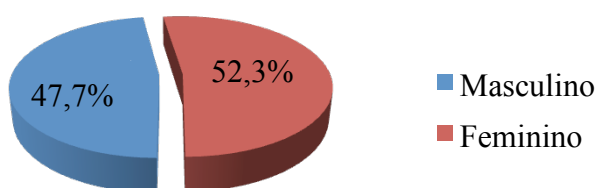


GRÁFICO 1- GÊNERO

FONTE: O autor (2008).

A idade média dos entrevistados ficou em 35 anos, todos aptos a votar. Praticamente todas as faixas etárias foram entrevistadas, tendo um maior percentual a entre 26-35 anos.

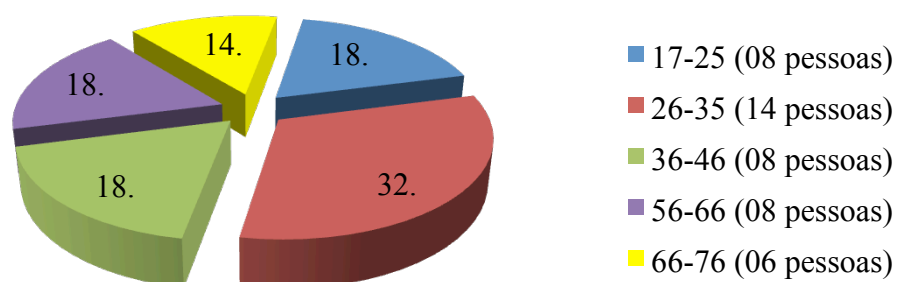


GRÁFICO 2 - FAIXA ETÁRIA

FONTE: O autor (2008).

Em relação ao grau de escolaridade, nenhum dos entrevistados era analfabeto. Dentre os pesquisados, 16 responderam ter o Ensino Médio completo e 10 o Ensino Superior completo, juntos somam mais de 50% dos entrevistados, o que revela um bom grau de instrução dos moradores da região.

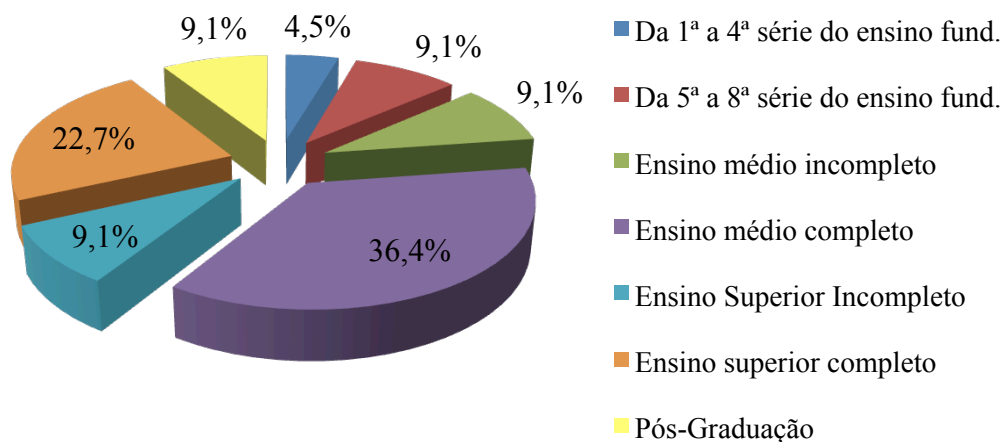


GRÁFICO 3 – ESCOLARIDADE

FONTE: O autor (2008).

Mais de 50% dos entrevistados disseram possuir uma renda familiar entre 2 a 5 salários mínimos, renda correspondente à da classe média.

TABELA 3 – RENDA

RENDA	ENTREVISTADOS	PERCENT.
Até 1 salário mínimo (até R\$ 415,00 inclusive)	6	13,60%
Mais de 1 a 2 salários mínimos (mais de R\$ 415,00 a R\$ 830,00)	6	13,60%
Mais de 2 a 5 salários mínimos (mais de R\$ 830,00 a R\$ 2.075)	24	54,50%
Mais de 5 a 10 salários mínimos (mais de R\$ 2.075,00 a R\$ 4.150)	5	11,40%
Mais de 10 a 30 salários mínimos (mais de R\$ 4.150,00 a R\$ 12.450)	3	6,80%
Total	44	100,00%

FONTE: O autor (2008).

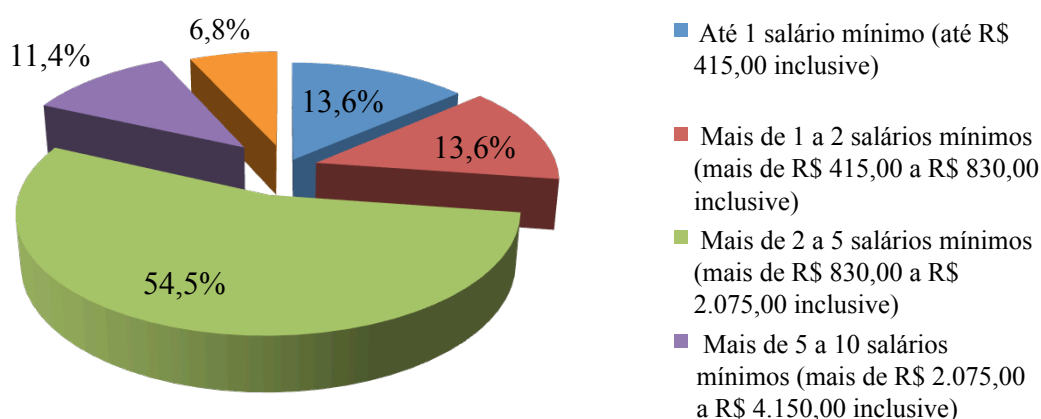


GRÁFICO 4 - RENDA

FONTE: O autor (2008).

Dos entrevistados, 23 são naturais de Curitiba e 21 nasceram em outras cidades brasileiras. Em média esses migrantes vivem há 30 anos em Curitiba e são oriundo do interior do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.



GRÁFICO 5 – NATURALIDADE

FONTE: O autor (2008).

Para a pergunta: “você exerce a sua cidadania?”, 38 entrevistados responderam sim e 6 não.

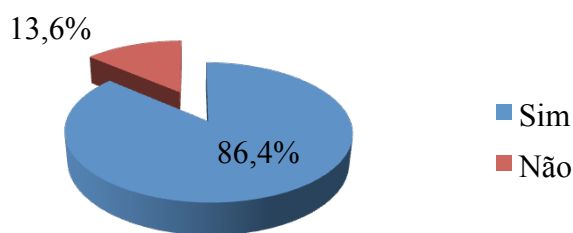


GRÁFICO 6 – RESPOSTAS À PERGUNTA: VOCÊ EXERCE SUA CIDADANIA?

FONTE: O autor (2008).

Para as pessoas que responderam sim para a pergunta anterior, foi questionado, em forma de resposta aberta, quais as suas principais ações como cidadão. Foram citadas 26 ações diferentes, dentre elas destaca-se no Gráfico 7 as sete respostas mais citadas:

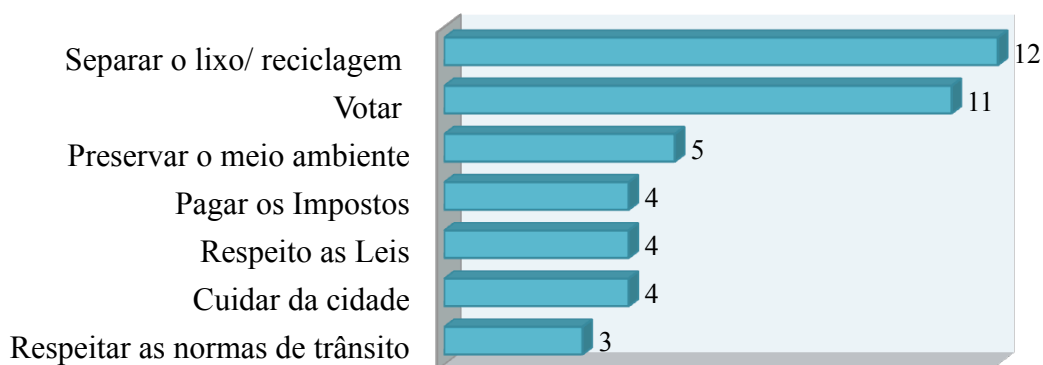


GRÁFICO 7 – PRINCIPAIS AÇÕES DE CIDADANIA

FONTE: O autor (2008).

As outras ações citadas foram: ajudar o próximo, artesanato de material reciclável, busca de informações na PMC, busca de informações sobre os melhores políticos, cobrança das autoridades, doação para instituições de caridade, educação, incentivar a arte nas escolas públicas, incentivo a cultura, incentivo ao lazer à melhor idade, moralidade, não discriminação, participar da associação de bairro, participação comunitária, prestigiar a cidade, relacionamento com a sociedade, utilização do transporte público, voluntariado e voluntário da AMA São Lourenço.

Ao perguntar aos entrevistados se eles conheciam a AMA São Lourenço, 18 pessoas responderam que sim e 26 responderam não.

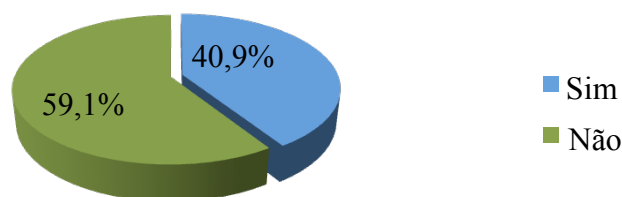


GRÁFICO 8 – ENTREVISTADOS QUE CONHECEM A AMA SÃO LOURENÇO

FONTE: O autor (2008).

As 18 pessoas que responderam sim para a pergunta anterior, em sua maioria, tomaram conhecimento da existência da AMA São Lourenço através de eventos no Parque São Lourenço e terceiros.

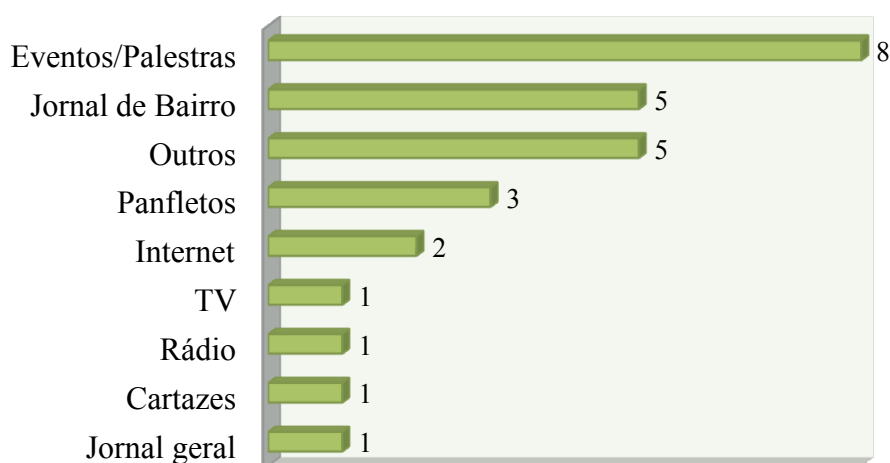


GRÁFICO 9 - MEIO PELO QUAL OS ENTREVISTADOS FICARAM CONHECENDO A AMA SÃO LOURENÇO

FONTE: O autor (2008).

Das 18 pessoas que conhecem a AMA São Lourenço, apenas 4 participam ou participaram de ações (eventos e reuniões) promovidas pela Associação. Os outros 14 entrevistados não participam pelos seguintes motivos: não sabem onde é a sede da AMA São Lourenço e quais são suas ações, faz parte de outra associação, falta de convite, interesse, informação ou tempo, ou porque não concorda com as ações da AMA São Lourenço.

Apontou-se 11 instrumentos de Comunicação Pública da PMC para os entrevistados. No Gráfico 10, os instrumentos foram listados do mais ao menos lembrado.

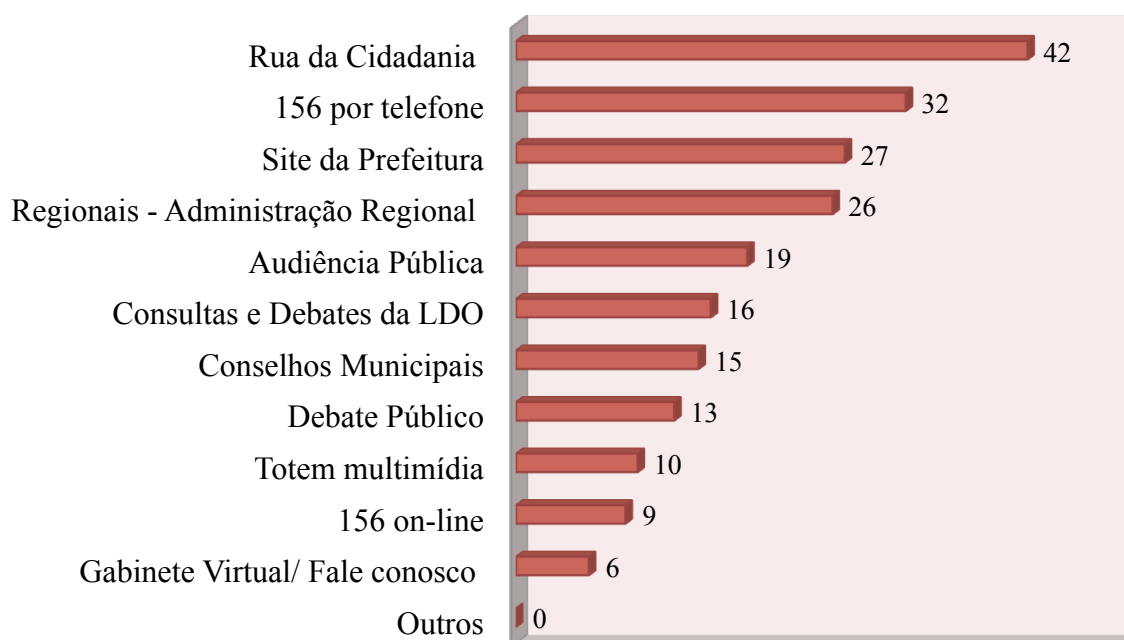


GRÁFICO 10 – INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA PMC QUE O ENTREVISTADO CONHECE

FONTE: O autor (2008).

Dos 11 instrumentos de Comunicação Pública da PMC, citados na questão anterior, perguntou-se quais o entrevistado já havia utilizado/participado.

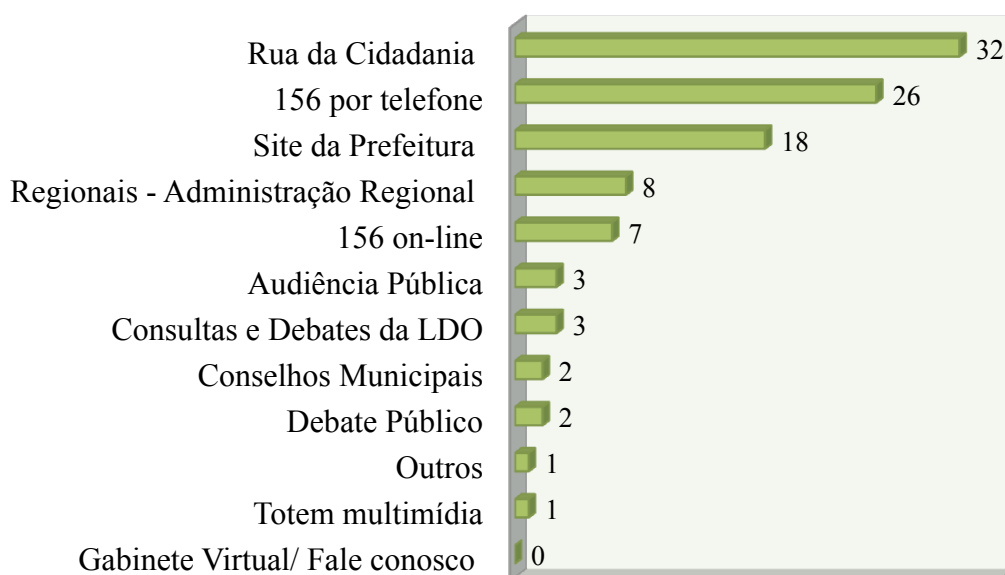


GRÁFICO 11 – INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA PMC QUE O ENTREVISTADO JÁ UTILIZOU/ PARTICIPOU

FONTE: O autor (2008).

A última questão perguntou por qual meio o entrevistado ficou conhecendo os instrumentos de Comunicação Pública da PMC.

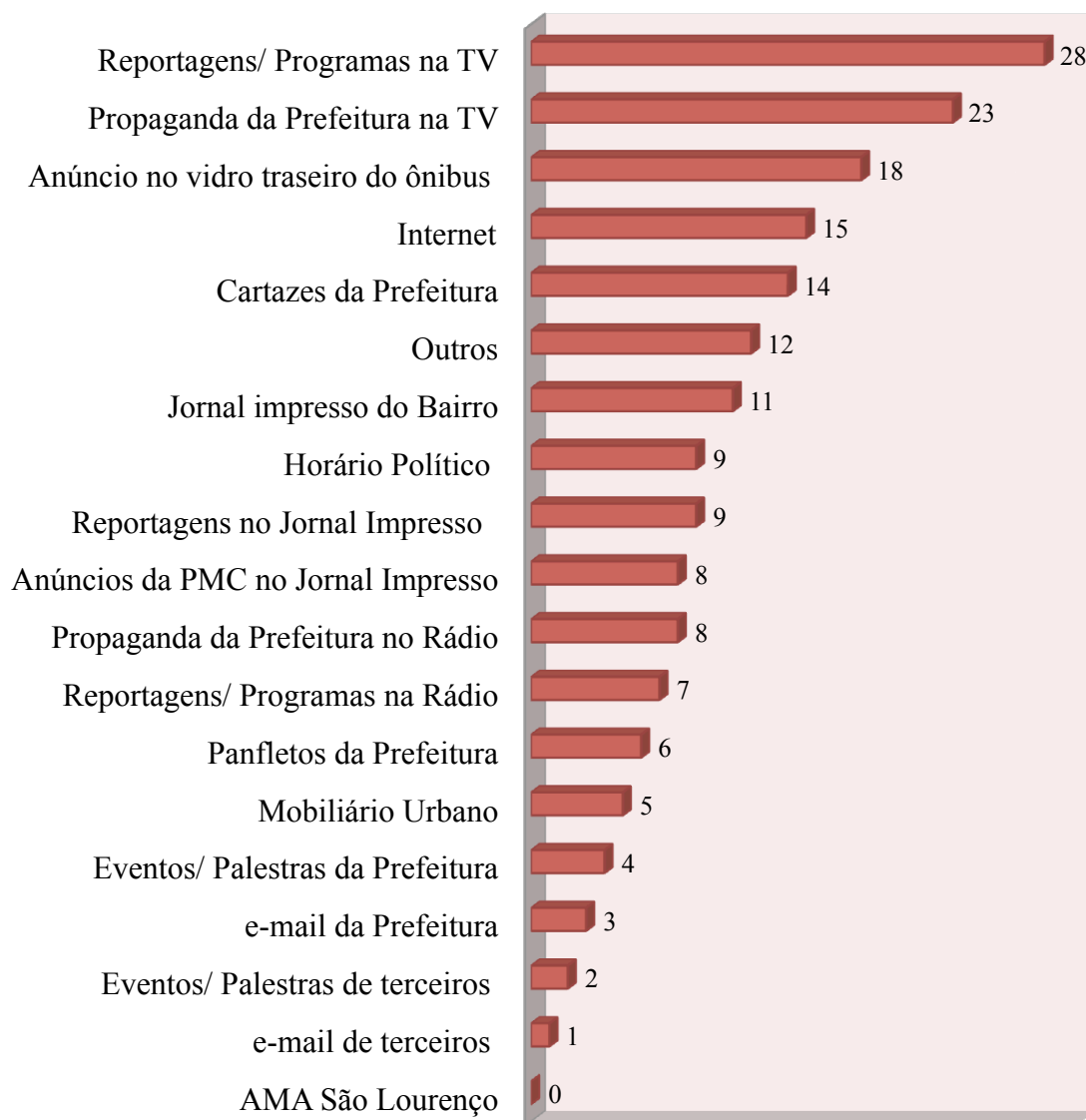


GRÁFICO 12 – MEIOS, PELOS QUAIS, FICOU CONHECENDO OS INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA PMC.

FONTE: O autor (2008).

## 5.2 RESULTADOS REFERENTES À PESQUISA

Ao analisar os resultados da pesquisa, chega-se a algumas conclusões a respeito da constituição da sociedade civil em Curitiba e da sua participação social. Em relação à naturalidade, cerca de 50% dos entrevistados não nasceram em Curitiba, isso confirma o alto índice, apontado pelo IBGE, de migração na cidade que, além de contribuir para o aumento e a mudança do perfil da população, gera conseqüentemente o aumento dos problemas sociais.

Constatou-se que apesar de a AMA São Lourenço possuir aproximadamente 60 mil contatos na Supervia Digital, nenhuma das 44 pessoas entrevistadas recebe informações via *e-mail* ou acessa o *site* da Associação. Dos 18 entrevistados, que conhecem ou já ouviram falar da Associação, nenhum apontou a Internet como meio de informação/divulgação das ações da AMA São Lourenço. Ou seja, a Associação apresenta um número expressivo de contatos *on-line*, alguns deles até fora do país, mas os moradores do São Lourenço não reconhecem esse meio de informação e comunicação entre a Associação e a comunidade.

Segundo a pesquisa, a AMA São Lourenço não se apresenta como um canal de informação sobre as ações de Comunicação Pública da Prefeitura, pois nenhum dos entrevistados apontou a Associação como uma intermediária na divulgação das possibilidades de comunicação com a Prefeitura.

Ao serem questionados sobre a prática da cidadania, grande parte dos entrevistados respondeu a separação do lixo/reciclagem como um ato de cidadania. Uma resposta coerente, se levarmos em conta o local da pesquisa, a cidade de Curitiba. Desde 1989, com o lançamento da campanha “Lixo que não é Lixo”, da PMC, a população passou a adquirir o hábito de separar e reciclar o seu lixo. Mas o índice de crescimento da coleta seletiva aumentou só até 1999, depois a tendência foi de queda. Mostrando que a população de Curitiba só recicla quando as campanhas educativas estão no ar.

A segunda ação de cidadania mais citada foi o ato de votar. Mas, das 44 pessoas entrevistadas, apenas 11 lembraram do voto, um número muito baixo comparado à importância do voto dentro de uma sociedade democrática. Esse número poderia ser menor, caso a pesquisa não tivesse sido realizada em período eleitoral (julho a outubro), como ocorreu, ou se o voto não fosse obrigatório. Ficou claro também com a pesquisa a “antipatia” que o cidadão tem pelo horário político. Isso se revela em números, apenas nove pessoas citaram o horário político como meio de informação sobre as ações de Comunicação Pública da PMC, sendo que o prefeito Beto Richa concorreu à reeleição e destacou na propaganda



eleitoral todas as suas práticas para favorecer a comunicação/interação entre Prefeitura e cidadão.

O entendimento da população sobre a prática da cidadania é muito restrito, não remetendo aos aspectos apresentados nesta monografia. Dos entrevistados, apenas um citou buscar de informações na PMC, cobrança das autoridades e busca de informações sobre os melhores políticos para se votar.

Nesta pesquisa, confirmaram-se os dados apresentados pelo professor da UFPR, Renato Perissonotto (citado por FÉLIX e FERNANDES, 2008) sobre as características do cidadão participativo. Dos entrevistados que conhecem e participam da AMA São Lourenço, todos possuem renda familiar alta e um bom nível de escolaridade.

Em relação aos instrumentos de Comunicação Pública da PMC, a Rua da Cidadania e o 156 por telefone são os instrumentos mais utilizados pela população. Isso mostra a importância de concentrar os serviços da Prefeitura em um local de fácil acesso da população, como é o caso da Rua da Cidadania. O grande número de utilização do 156 por telefone, em relação ao 156 *on-line*, é compatível ao maior acesso da população ao telefone, do que a Internet.

A Prefeitura buscando a inclusão da população sem acesso a Internet, colocou Totens Multimídias em vários pontos da Cidade, com informações de utilidade pública e ferramentas de comunicação direta com a administração pública. Mas a pesquisa mostra um resultado negativo em relação ao Totem, pois apenas 10 entrevistados sabiam da sua existência e só um utilizou. O mesmo problema ocorre com o 156 *on-line* e com o Gabinete Virtual, cujos número de utilização é muito baixo ou nulo.

No geral, a pesquisa revela uma população com baixo índice de participação social e baixo índice de utilização das ferramentas de Comunicação Pública da Prefeitura, optando por utilizar canais mais cômodos e passivos, como o 156 por telefone, em vez de participarem de discussões e debates públicos com as autoridades municipais, envolverem-se em associações de moradores do seu bairro e cobrarem diretamente do poder público a solução dos problemas encontrados na cidade.

## 6 CONCLUSÃO

Não só o conceito, mas a prática da Comunicação Pública também está em construção. Enquanto de um lado o governo busca cumprir o seu papel de entidade aberta e democrática, do outro lado a sociedade tenta participar das políticas públicas.

A população pode até não conhecer o termo Comunicação Pública, mas a sua prática está no dia-dia da cidade, do Estado e do país. Assim, é fundamental para a manutenção da democracia e para a evolução da sociedade. Não é por acaso que a Comunicação Pública é vista de forma utópica, pois ela só ocorre ou ocorrerá quando o cidadão tiver acesso a todas as informações referentes a governança pública e possuir ferramentas funcionais para a expressão da sua opinião e cobrança das autoridades.

Desse modo, constatou-se que fato existe a prática da Comunicação Pública em Curitiba. A gestão do prefeito Beto Richa (2005-2008) procurou melhorar a comunicação entre a Prefeitura e o cidadão, criando novas formas de consultas e debates entre a população e a administração pública e aperfeiçoando os instrumentos já existentes. Mas só a criação de instrumentos não basta, é necessário que a Prefeitura desenvolva no cidadão o hábito de utilizá-los. A melhor forma é começar essa educação pelos mais jovens. Sendo o Município responsável pela educação pré-escolar e ensino fundamental, há condições para a implementação da educação política nas escolas. Focada na cidadania, essa educação seria feita de forma interdisciplinar, com uma linguagem adequada, dinâmica e atrativa, através da criação de cartilhas e vídeos educativos, realização de eventos culturais nas escolas, elaboração de murais e informativos pelas crianças e professores, visitas à Prefeitura, parques, museus e eventos relacionados com a cidadania e a criação de um programa de incentivo e recompensa para as crianças que participam das atividades promovidas pela escola. Assim essas crianças, além de influenciarem o comportamento de seus familiares, teriam no futuro maior probabilidade de se tornarem cidadãos participativos e atuantes. Outra ação que poderia ser realizada pela PMC é a aplicação de pesquisas constantes junto à população, para verificar a eficiência dos instrumentos de Comunicação Pública e a sua relevância.

Tratando-se da sociedade civil, a AMA São Lourenço têm atuado na área da educação e mobilização ambiental. A dedicação, quase que integral do presidente da Associação, César Paes Leme, e o grande número de parceiros e voluntários, faz da AMA São Lourenço um exemplo a ser seguido. Para melhorar o trabalho já realizado pela Associação, sugere-se a ampliação das formas de comunicação, dando ênfase à comunicação direta face a face, pois se constatou que os moradores do bairro São Lourenço não conhecem e não participam da

Associação. Para a existência dessa comunicação face a face, seria ideal que a AMA São Lourenço tivesse uma sede física, que serviria de referência para a comunidade. Na sede, ela encontraria todas as informações sobre as ações da Associação, participaria de reuniões, debates e audiências públicas. No momento a AMA São Lourenço não possui essa sede, devido aos custos para a sua manutenção, mas as mesmas pessoas que ajudam os projetos podem ajudar a manter esse espaço físico e também a angariar apoio e recursos financeiros. Outro ponto importante a ser considerado é a reformulação da Supervia Digital, no que tange à forma de apresentar e arquivar as informações das ações promovidas pela AMA São Lourenço. Com a colaboração e o conhecimento de vários estudantes e comunicadores voluntários, a exemplo do Clube da Criação, o *site* poderia ser reformulado, tornando-se mais padronizado, organizado, *clean* e dinâmico, além de possuir um espaço direcionado para acesso dos moradores da região do São Lourenço.

O objetivo desta monografia foi descrever a prática da Comunicação Pública no âmbito municipal, mas fica como sugestão para futuros estudos, a análise dos âmbitos estadual e federal, bem como do poder Legislativo e Judiciário, o que não coube a este trabalho. E tratando-se da sociedade civil organizada, outras entidades do terceiro setor podem ser estudadas, a fim de compreender como ocorre a prática da cidadania em novos contextos.

De todas as conclusões a serem tiradas deste trabalho, a principal delas é a constatação da necessidade de formar o cidadão, pois ele próprio não identifica o seu papel na construção de uma sociedade mais democrática e justa. Hoje a prática da cidadania no Brasil está ligada ao individualismo e não ao todo (DUARTE, M. Y. M., 2007, p. 111). O debate político não é algo que pertence ao cotidiano do cidadão, é algo que se evita até mesmo em época de eleição. Só a partir do momento em que existir uma população consciente, ativa e opinante, a política do assistencialismo desaparecerá, dando lugar à política participativa. Para isso ocorrer é necessário educar a população, ensiná-la a buscar informações, fiscalizar dados, sugerir soluções, discutir propostas, enfim, ensiná-la a ser um cidadão de fato.

A princípio, essa responsabilidade seria do Estado, mas cabe também ao cidadão tomar a iniciativa e buscar na Prefeitura e nos órgãos competentes informações e dados. Cabe a ele ainda buscar nos códigos jurídicos pertinentes (Código Civil brasileiro, Lei Orgânica do município e Constituição) subsídios para suas ações e cobranças, verificar o que está errado em sua cidade, no seu bairro e procurar soluções, tornando-se verdadeiramente um cidadão ativo.

## REFERÊNCIAS

BENDLIN, A. C. Curitiba ganha 110 habitantes. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 30 de agosto de 2008. Caderno Vida e Cidadania. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=803245&tit=Curitiba-ganha-110-habitantesdia>>. Acesso em: 04 out. 2008.

BETO RICH 45. Disponível em: <<http://www.betoricha45.can.br/noticias/ano/2007/dezembro>>. Acesso em: 13 set. 2008.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de política*. Brasília: UnB, 1991.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

BRITO, J. A. P. Cibercidadania: a virtualização na Comunicação Pública contemporânea. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. São Paulo, ano 3, n. 4, p. 107-123, 1º semestre de 2006.

CARRIEL, P. Curitiba poderá opinar sobre orçamento de 2009. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 06 de julho de 2008. Caderno Vida Pública. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=783911&tit>>. Acesso em: 29 set. 2008.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição: República Federativa do Brasil: Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com alterações adotadas pelas ementas Constitucionais nº 1/92 a 52/2006 e pelas Ementas Constitucionais de Revisão nº 1 a 6/94*. – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2006. 448 p

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/PortalTransparenciaConselhosmunicipaiseControleSocial.asp>>. Acesso em: 04 out. 2008.

CRANCIANINOV, F. 54% dos brasileiros nunca usaram computador e 67%, a Internet. *Folha Online*, São Paulo, 08 de novembro de 2006. Caderno Informática. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20943.shtml>>. Acesso em: 02 junho 2008.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Regionais.aspx?servico=8>>. Acesso em: 02 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.central156.org.br/>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretaria.aspx?id=194&servico=12>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Servicos/Financas/orcamento/index.htm>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Cidadaos.aspx?id=154&servico=38>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/Cidade.aspx?id=146&servico=39>>. Acesso em: 09 out. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Disponível em: <[http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias/32/287/Anexos/Apresentacao\\_LDO\\_2007.pdf](http://www.curitiba.pr.gov.br/Secretarias/32/287/Anexos/Apresentacao_LDO_2007.pdf)>. Acesso em: 02 out. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Instituto Municipal de Administração Pública. Disponível em: <<http://www.imap.curitiba.pr.gov.br>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Relação dos Conselhos Municipais de Curitiba, Curitiba, 2008. Arquivo da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

\_\_\_\_\_. Instituto Municipal de Administração Pública. Disponível em: <<http://www.imap.org.br/?q=node/276>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. INSTITUTO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. Disponível em: <<http://www.imap.org.br/?q=node/278>>. Acesso em: 13 set. 2008.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Disponível em: <[http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdado/anexos/2001\\_%20Ruas%20da%20Cidadania,%20Caracterização,%20Funções%20e%20Área%20Construída%20em%20Curitiba.pdf](http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdado/anexos/2001_%20Ruas%20da%20Cidadania,%20Caracterização,%20Funções%20e%20Área%20Construída%20em%20Curitiba.pdf)> . Acesso em: 02 set. 2008.

\_\_\_\_\_. INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. Disponível em: <[http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba\\_em\\_dados\\_Pesquisa.asp](http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp)>. Acesso em: 13 set. 2008.

DUARTE, M. Y. M. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

\_\_\_\_\_. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

FÉLIX, R. e FERNANDES, J. C. Conversas ao pé da base. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 de setembro de 2008. Caderno Vida Pública. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidapublica/conteudo.phtml?tl=1&id=812491&tit=Conversas-ao-pe-da-base>>. Acesso em: 29 set. 2008.

FOSSATTI, N. C. *Gestão da comunicação na esfera pública municipal*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

FUNARI, P. P. Roma – A cidadania entre os romanos. In: *História da cidadania*. PINSKY, J. e PINSKY, C. B. (Orgs.). São Paulo: Contexto, 2003.

GONZAGA, A. e RANGEL, R. Cidadania, município e movimentos sociais: o caso do município de Vitória. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 30, n. 4, p. 5-21, jul./ago. 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL. Disponível em: <<http://www.ibam.org.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2008.

ELTON, J. *Audiência Pública no Caiuá e CIC*. Disponível em: <<http://joseelton.com/blog/?p=129>>. Acesso em: 13 out. 2008.

LEME, C. P. *RE: Palestra UFPR*. [Mensagem de trabalho]. Mensagem recebida por <fer\_ull@hotmail.com>, em: 09/05/2008.

\_\_\_\_\_. *Apresentação da AMA São Lourenço*. Curitiba, 15 maio 2008. Palestra proferida aos alunos de Relações Públicas da UFPR.

\_\_\_\_\_. *Apresentação do Projeto Patrulha Ambiental*. Curitiba, 7 maio 2008. Palestra proferida aos alunos do Colégio Adventista do Bom Retiro.

MATOS, H. H. G. *Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo*. Revista Líbero, São Paulo, v. 2, n. 3-4, p. 32-37, 1999.

MONTEIRO, G. F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

NAVES, R. Terceiro setor – Novas possibilidades para o exercício da cidadania. In: PINSKY, J. e PINSKY, C. B. (Orgs.). *História da cidadania*. São Paulo: Contexto, 2003.

NEWTON, L. A. *Conselhos*. [Mensagem de trabalho]. Mensagem recebida por <fer\_ull@hotmail.com>, em: 21/08/2008.

\_\_\_\_\_. *Questões para TCC de Comunicação Pública*. [Mensagem de trabalho]. Mensagem recebida por <fer\_ull@hotmail.com>, em: 07/08/2008.

\_\_\_\_\_. Curitiba, 21 ago. 2008. Entrevista concedida pela Diretora de Relações Públicas da Prefeitura Municipal de Curitiba a Fernanda Ullmann.

\_\_\_\_\_. *Informações*. [Mensagem de trabalho]. Mensagem recebida por <fer\_ull@hotmail.com>, em: 13/10/2008.

NOVELLI, A. L. C. R. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. São Paulo, ano 3, nº 4, p. 75-89, 1º semestre de 2006.

PEREIRA, L. C. B. e SPINK, P. *Reforma do estado e administração pública gerencial*. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

PERUZZO, C. M. K. Mídia comunitária, liberdade de comunicação e desenvolvimento. In: PERUZZO, C. M. K; ALMEIDA, F. F. de (Orgs.). *Comunicação para a cidadania*. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003. v. 17. (Coleção Intercom de Comunicação).

\_\_\_\_\_. Comunicação e terceiro setor. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

PINSKY, J.. *História da cidadania*. PINSKY, J. e PINSKY, C. B. (Orgs.). São Paulo: Contexto, 2003.

RUBIM, A. A. C. Cidadania, Comunicação e Cultura. In: PERUZZO, C. M. K; ALMEIDA, F. F. (Orgs.). *Comunicação para a cidadania*. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003. v. 17. (Coleção Intercom de Comunicação).

SINDICATO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.sinprorp.org.br/clipping/2005/145.htm>>. Acesso em: 17 mai. 2008.

SILVA, L. M. da. Comunicação pública: estado, governo e sociedade. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *Comunicação pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003.

STUDART, A. Cidadania ativa e liberdade de informação. In: DUARTE, J. (Org.). *Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

SUPERVIA DIGITAL. Disponível em: <<http://www.superviadigital.com.br/0arquivos/cesarcvit.htm>>. Acesso em: 02 out. 2008.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <<http://www.superviadigital.com.br/home.htm>>. Acesso em: 02 out. 2008.

ZÉMOR, P. A comunicação pública. In: SILVA, L. M. da (Org.). *Comunicação Pública*. Brasília, DF: Casa das Musas, 2003.

YANO, C. Curitiba chega a 1,8 milhão de habitantes. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 de agosto de 2008. Caderno Vida e Cidadania. Disponível em: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=803013&tit=Populacao-de-Curitiba-passa-de-182-milhoes-de-pessoas-segundo-IBGE>>. Acesso em: 29 set. 2008.

## APÊNDICE 1

### QUESTIONÁRIO



Este questionário faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso, “**Comunicação Pública – o exercício da cidadania**”, da acadêmica Fernanda Ullmann do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFPR, e tem como objetivo levantar dados sobre a participação política/ social dos moradores do **Bairro São**

**Lourenço.**

**Obs: o entrevistado tem que ser obrigatoriamente morador do Bairro São Lourenço.**

1. Sexo A. ☐ Masculino B. ☐ Feminino
2. Idade \_\_\_\_\_
3. Escolaridade
  - A. ☐ Não estudou
  - B. ☐ Da 1ª à 4ª série do ensino fundamental (antigo primário)
  - C. ☐ Da 5ª à 8ª série do ensino fundamental (antigo ginásio)
  - D. ☐ Ensino médio (2º grau) incompleto
  - E. ☐ Ensino médio (2º grau) completo
  - F. ☐ Ensino Superior Incompleto
  - G. ☐ Ensino superior completo
  - H. ☐ Pós-Graduação
  - I. Outros \_\_\_\_\_
4. Renda
  - A. ☐ Até 1 salário mínimo (até R\$ 415,00 inclusive)
  - B. ☐ Mais de 1 a 2 salários mínimos (mais de R\$ 415,00 a R\$ 830,00 inclusive)
  - C. ☐ Mais de 2 a 5 salários mínimos (mais de R\$ 830,00 a R\$ 2.075,00 inclusive)
  - D. ☐ Mais de 5 a 10 salários mínimos (mais de R\$ 2.075,00 a R\$ 4.150,00 inclusive)
  - E. ☐ Mais de 10 a 30 salários mínimos (mais de R\$ 4.150,00 a R\$ 12.450 inclusive)
  - F. ☐ Mais de 30 salários mínimos (mais de R\$ 12.450,00)
5. Você é...?
  - A. ☐ Natural de Curitiba
  - B. ☐ Natural de outra cidade \_\_\_\_\_, e mora em Curitiba há \_\_\_\_\_ anos



6. Você exerce a sua cidadania? A. ( ) Sim B. ( ) Não
7. Caso a resposta da questão anterior seja sim, quais são as suas principais ações como cidadão?
1. \_\_\_\_\_
  2. \_\_\_\_\_
  3. \_\_\_\_\_
8. Você conhece a Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço?
- A. ( ) Sim B. ( ) Não
9. Caso a resposta seja sim, por qual meio ficou conhecendo?
- A. ( ) TV
  - B. ( ) Rádio
  - C. ( ) Internet
  - D. ( ) *e-mail*
  - E. ( ) Panfletos
  - F. ( ) Cartazes
  - G. ( ) Jornal geral
  - H. ( ) Jornal de Bairro
  - I. ( ) Eventos/ Palestras
  - J. Outros \_\_\_\_\_
10. Você participa ou já participou das ações do AMA São Lourenço? A. ( ) Sim B. ( ) Não
11. Caso a resposta seja não, o por quê?
- 
12. Caso a resposta seja sim, cite três ações que já participou:
1. \_\_\_\_\_
  2. \_\_\_\_\_
  3. \_\_\_\_\_
13. Quais destes instrumentos de comunicação pública você conhece?
- A. ( ) Audiência Pública
  - B. ( ) Consultas e Debates da Lei de Diretrizes Orçamentárias
  - C. ( ) Regionais - Administração Regional (localizada na Rua da Cidadania)
  - D. ( ) Rua da Cidadania (serviços oferecidos)
  - E. ( ) Conselhos Municipais
  - F. ( ) Site da Prefeitura (informações gerais)
  - G. ( ) 156 por telefone

- H. ☐ 156 *on-line*
- I. ☐ Gabinete Virtual/ Fale conosco do *site* da Prefeitura
- J. ☐ Debate Público
- K. ☐ Totem multimídia
- L. Outros \_\_\_\_\_

14. Quais deles você já utilizou/ participou?

- A. ☐ Audiência Pública
- B. ☐ Consultas e Debates da Lei de Diretrizes Orçamentárias
- C. ☐ Regionais - Administração Regional (localizado na Rua da Cidadania)
- D. ☐ Rua da Cidadania (serviços oferecidos)
- E. ☐ Conselhos Municipais
- F. ☐ Site da Prefeitura (informações gerais)
- G. ☐ 156 por telefone
- H. ☐ 156 *on-line*
- I. ☐ Gabinete Virtual/ Fale conosco do *site* da Prefeitura
- J. ☐ Debate Público
- K. ☐ Totem multimídia
- L. Outros \_\_\_\_\_

15. Por qual destes meios ficou conhecendo os instrumentos de comunicação pública citados acima?

- A. ☐ Propaganda da Prefeitura na TV
- B. ☐ Propaganda da Prefeitura no Rádio
- C. ☐ Anúncios da Prefeitura no Jornal Impresso
- D. ☐ Reportagens no Jornal/ Programas na TV
- E. ☐ Reportagens no Jornal/ Programas na Rádio
- F. ☐ Reportagens no Jornal Impresso
- G. ☐ Internet
- H. ☐ *e-mail* da Prefeitura
- I. ☐ *e-mail* de terceiros
- J. ☐ Panfletos da Prefeitura
- K. ☐ Cartazes da Prefeitura
- L. ☐ Jornal impresso do Bairro
- M. ☐ Mobiliário Urbano
- N. ☐ Anúncio no vidro traseiro do ônibus (*busdoor*)

- O. ( ) Eventos/ Palestras da Prefeitura
- P. ( ) Eventos/ Palestras de terceiros
- Q. ( ) Horário Político
- R. ( ) Associação de Moradores e Amigos do São Lourenço
- S. Outros \_\_\_\_\_